

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PARA LA ELABORACIÓN
DE COMIDAS RÁPIDAS EN EL MUNICIPIO DE MONTELÍBANO**

Dayana Milena Geneys Blaquicett

Yesica Johana Múnera Franco

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
MONTERÍA-2019**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS PARA LA ELABORACIÓN
DE COMIDAS RÁPIDAS EN EL MUNICIPIO DE MONTELÍBANO**

Dayana Milena Geneys Blaquicett

Yesica Johana Múnera Franco

Asesor:

Álvaro Vergara Passos

Tutor Unicor

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
MONTERÍA-2019**

Nota de Aceptación

Jurado Uno

Jurado Dos

Jurado Tres

Montería, agosto de 2019

Dedicatoria

El presente trabajo de opción de grado lo dedicamos principalmente a Dios, siendo el principal guía e inspirador al darnos la fuerza de voluntad necesaria para continuar en este arduo proceso con el fin de lograr obtener uno de los grandes logros deseados en nuestras vidas.

A nuestros familiares, compañeros y todas las personas que nos han apoyado de una u otra forma y que han aportado su granito de arena para la culminación de este trabajo con éxito y en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Agradecemos en especial a nuestros hijos, José Gabriel Zúñiga Múnera y José Alejandro Jaramillo Geneys por su paciencia y comprensión ya que a su corta edad han logrado entender las pequeñas dificultades que tuvimos al momento de no estar a su lado en el tiempo en que ellos más nos necesitaron, pero sabemos que con este esfuerzo damos un ejemplo de superación y perseverancia, y confiamos en Dios ellos crezcan sintiendo que pueden lograr cualquier meta en sus vidas al ver que sus madres lucharon por las suyas.

Dayana Milena Geneys Blaquicett

Yesica Johana Múnera Franco

Agradecimientos

Inmensa gratitud a nuestro asesor de trabajo de grado, por sus esfuerzos encaminados al logro de nuestros objetivos, por sus enseñanzas que con toda seguridad tendrán eco no solo en nuestra vida profesional sino también en la personal.

A todos los propietarios y administradores de los puestos y establecimientos de comidas rápidas del municipio de Montelíbano, por su paciencia y entrega durante la presente investigación.

A aquellos que en medio de actos de complicidad y aporte mutuo se convirtieron en nuestros amigos y con quienes compartimos muchos de los mejores momentos de nuestra vida personal y académica.

Dayana Milena Geneys Blaquicett

Yesica Johana Múnera Franco

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	1
1. Referente teórico y conceptual.....	5
1.1 Antecedentes históricos de la comida rápida	5
1.2 Referente conceptual.....	6
1.2.1. Análisis del medio externo e interno.....	6
1.2.2. Investigación de mercado.....	7
1.2.3. Conceptos de marketing.....	8
2. Módulo de mercado.....	10
2.1.1 Mercado.....	10
2.2.1 Producto/ Servicio.....	11
2.3 Diseño metodológico	11
2.3.1 Metodología.	11
2.3.2 Método.	12
2.3.3 Instrumentos.....	12
2.3.4 Técnicas.....	13
2.3.5 Entrevista semiestructurada.	13
2.3.6 Fuentes de información.....	14
2.3.7 Población y muestra	14
2.3.8 Técnicas e instrumentos aplicados:.....	15
2.4 Resultados	16
2.4.1 Metodología del Estudio de Mercados.....	16
2.4.2 Estudio del área de influencia	17
2.4.3 Encuesta de opinión dirigida a los administradores de los establecimientos de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano.....	18
3.3 Análisis de la Demanda.....	31
2.5 Análisis de la oferta.....	32
3. Módulo Técnico y Organizacional.....	34
3.1 Definición del tamaño	34
3.2 Programa de producción del bien.....	34
3.2.1 Plan maestro de producción (PMP).....	34

3.3	Diseño de ingeniería.....	35
3.4	Estudio de localización	35
3.4.1	Macrolocalización.....	36
3.4.2	Microlocalización.....	37
3.5	Estudio de planta.....	38
3.5.1	Adecuación de planta.....	39
3.5.2	Maquinarias y equipos	40
3.6	Estudio administrativo.....	40
3.6.1	Naturaleza jurídica	40
3.7	Organizacional	41
3.7.1	Nombre de la empresa.....	41
3.7.2	Logotipo	41
3.7.3	Identidad estratégica.....	42
3.7.5	Organigrama.....	46
4.	Módulo de Impacto Ambiental, Económico y Social	56
4.1	56
4.2	Económico.....	56
4.3	Social.....	57
5.	Módulo Financiero.....	58
5.1	Inversión.....	58
5.2	Costos operacionales	59
5.3.1	Punto de equilibrio	67
5.3	Proyecciones financieras para el periodo de evaluación	68
5.4	Evaluación del proyecto	72
5.4.1	Financiera, VPN, TIR Y R B/C:	74
5.5	Fuentes de financiación.....	75
	Conclusiones	76
	Recomendaciones.....	77
	Bibliografía	78
	ANEXOS.....	80

Lista de Mapas

Mapa 1, Área de influencia del proyecto	17
---	----

Lista de Figuras

Figura 1, Distribución de la Planta.....	38
Figura 2, Organigrama	46

Lista de Tablas

Tabla 1, Número de establecimientos encuestados	19
Tabla 2, Compras en general.....	27
Tabla 3, Compras diarias en Montelibano	28
Tabla 4, Compras semanales Montelibano	28
Tabla 5, Compras semanales en otras ciudades	29
Tabla 6, Macrolocalización	36
Tabla 7, Microlocalización	37
Tabla 8, Distribución y metraje del establecimiento.....	39
Tabla 9, Costo adecuación de infraestructura	39
Tabla 10, Inversión inicial.....	58
Tabla 11, Costos operacionales mano directa e indirecta	59
Tabla 12, Costo de materiales primer año de operación	60
Tabla 13, Costo de servicios públicos - primer año de operación	63
Tabla 14, Gastos por depreciación	63
Tabla 15, Remuneración al personal administrativo	64
Tabla 16, Otros gastos administrativos	64
Tabla 17, Gastos de venta	65
Tabla 18, Amortización de gastos diferidos.....	66
Tabla 19, Distribución de costos.....	66
Tabla 20, Programa de inversión fija del proyecto	68
Tabla 21, Inversión en capital de trabajo	68
Tabla 22, Programa de inversión	69
Tabla 23, Valor residual de activos.....	69
Tabla 24, Flujo neto de inversión.....	70
Tabla 25, Presupuesto de ingresos	70
Tabla 26, Presupuesto de costos de producción.....	70
Tabla 27, Presupuesto de gastos de administración	71
Tabla 28, Presupuesto de gastos de ventas.....	71
Tabla 29, Presupuesto de costos operacionales.....	72

Tabla 30. Indicadores de evaluación.....	72
Tabla 31, Flujo neto de operación.....	73
Tabla 32, Flujo neto del proyecto	73
Tabla 33. Programa de Inversiones	75

Lista de Gráficas

Gráfica 1, Procedencia de los proveedores	19
Gráfica 2, Grado de satisfacción del proveedor	20
Gráfica 3, Servicio a domicilio	21
Gráfica 4, Calidad de los productos	22
Gráfica 5, Preferencia por marca de carnes frías	23
Gráfica 6, Preferencia en marca de salsas y aderezos	24
Gráfica 7, Frecuencia reabastecimiento general	25
Gráfica 8, Otras ciudades	30
Gráfica 9, Se necesitan más distribuidores de productos para comidas rápidas	31

Lista de Anexos

Anexos 1, Encuesta	80
Anexos 2, Reglamentos.....	82

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto tiene por objetivo estudiar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la distribución de productos para la elaboración de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano. Dicho local estaría enfocado en la venta de productos denominados para la elaboración de comidas rápidas. Comenzando con el desarrollo del proyecto se van explicando cuales son las razones para innovar con un local de este tipo, donde sobresale el constante aumento del consumo de los habitantes del municipio de Montelíbano en los últimos años por comidas rápidas el cual se ha hecho evidente tras el aumento de establecimientos dedicados a la preparación y distribución de los mismos, según datos que fueron facilitados por la alcaldía municipal donde pudimos constatar que en el transcurso de los últimos 3 años se han duplicado pasando de en 2016 97 establecimientos a 206 en el año 2018.

Luego se desarrollan los estudios relevantes para generar una adecuada evaluación del proyecto, donde figuran los estudios de mercado, técnico, organizacional y económico.

En el estudio de mercado se realiza una investigación de los posibles compradores, las diferentes alternativas de proveedores que posee el mercado, la diversa oferta que existe en la industria de la comida rápida y también cual es la potencial competencia del proyecto. Posteriormente se lleva a cabo la encuesta, donde se recopila información importante sobre el comportamiento, los gustos y las preferencias de los establecimientos de comidas rápidas que existen actualmente en el municipio, una vez recopilada la información se analiza y se desarrolla la estrategia comercial, la cual busca captar el segmento objetivo que se propuso para el proyecto y por lo tanto hacer realidad las proyecciones de venta.

Luego en el estudio organizacional se determina el personal necesario, cuáles son los requisitos y habilidades que deben poseer estas personas para desarrollar sus labores en forma eficiente, una vez obtenidos estos datos se procede a la elaboración del estudio técnico donde se cuantifican los costos, la inversiones, se eligen las tecnologías a utilizar, se determinan las energías involucradas en el proceso de la venta de insumos en la Distribuidora Polaris, también se elige la localización mediante el método cualitativo por puntos y se propone un Layout para la distribución interna del local. En el estudio técnico se incluyen las normativas sanitarias mínimas que debe poseer el local para su correcto funcionamiento, donde se involucran ciertas modificaciones estrictamente necesarias y por último se detallan cuáles deben ser los trámites pertinentes para la instalación del local.

El último estudio que se realiza es el económico, donde se elabora el flujo de caja, el cual se genera mediante los resultados obtenidos anteriormente, como la inversión total, los costos fijos y variables en los que se incurre, en este estudio se detallan las depreciaciones de los activos, las reinversiones en las cuales se debe desembolsar, el impuesto a la renta que se paga, etc. Una vez realizado el flujo de caja estimado para los ocho años donde se quiere

evaluar, se procede a aplicar los criterios de evaluación más utilizados en los proyectos, el VAN y la TIR. Luego de obtenidos los valores correspondientes se procede al análisis de estos, donde se determina la rentabilidad que genera el proyecto. Como el mercado se mantiene en constante cambio, se determinan las variables más riesgosas y se realiza un análisis de sensibilidad a estas, con el fin de saber cuáles son las que generan mayor variabilidad en la rentabilidad esperada y con esto poder tomar decisiones que beneficien la rentabilidad del negocio.

Por último, se termina con la conclusión del proyecto, donde se muestran cifras y métodos utilizados, también se exponen las principales conclusiones de cada capítulo que contribuyen a la conclusión final, la cual indica que el proyecto es factible, viable y genera rentabilidad.

Introducción

Uno de los objetivos de la presente investigación es buscar la factibilidad de emprender un negocio dedicado a la distribución de productos para la elaboración de comidas rápidas, en forma ágil, ofreciendo servicios más eficientes para el municipio de Montelíbano en el departamento de Córdoba, lo que se hizo de acuerdo con las necesidades que muestra el mercado objetivo al que se le va a apuntar, las variables técnicas y los resultados financieros.

Al identificar la situación problemática la cual permite establecer los requisitos que se tendrían que implementar un negocio de distribución de productos para la elaboración de comidas rápidas, se buscará ofrecer precios razonables a los diferentes clientes que pretende captar. Para desarrollar el trabajo se llevó a cabo un estudio de factibilidad con todos sus componentes. El primer componente fue el estudio de mercado, que hace parte vital del proyecto porque con él se estima la posible demanda del producto que se va a ofrecer, cuál es el segmento de clientes, cuáles son sus gustos, cuáles necesidades buscan satisfacer y cómo está conformada la competencia (directa e indirecta); además, se recolectaron otros datos muy importantes para poder desarrollar la estrategia comercial del proyecto.

Además, se incluyó el estudio técnico con el que se establecieron la localización del proyecto, el tamaño óptimo del mismo, la capacidad de producción, los procesos, los costos de personal y de los equipos que se requiere comprar, la estructura organizacional que se debe implementar, el proceso de selección, la evaluación del personal y cuáles reglamentaciones se deben acatar según las normas locales, departamentales y nacionales en temas fiscales, sanitarios, civiles y ambientales.

Por último, se hizo el estudio financiero con el que se elaboraron las proyecciones financieras para un período de cinco años a partir de la apertura del negocio y se determinaron el punto de equilibrio y la rentabilidad del mismo para tomar decisiones de inversión basadas en tasas internas de retorno y valores netos. Con el estudio de factibilidad completo en todas sus fases se determinó la viabilidad o no del proyecto como resultado esperado, con base en los objetivos propuestos.

La metodología se basó en la investigación descriptiva y se usaron técnicas de recolección de información soportada en documentos como investigaciones, informes, revistas y libros y en datos obtenidos por medio de encuestas y entrevistas a expertos con el fin de transformar los elementos conseguidos en información importante para la toma de decisiones.

1. Referente teórico y conceptual

1.1 Antecedentes históricos de la comida rápida

La comida rápida es toda la comida que pueda ser preparada y servida en poco tiempo. De esta forma, es un formato en el que pueden incluirse hamburguesas, pizza, perros calientes, pollo, por ejemplo. Otra de las condiciones de la comida rápida es que cuente con una preparación de menor calidad en comparación a la comida casual, pero, por obvias razones con los ingredientes adecuados.

Ya en la antigua Roma se servían en puestos callejeros panes planos con olivas o el faláfel en el Medio Oriente (Matus Lazo, 2013). En la India se acostumbra desde muy antiguo a servir comida callejera, algunas pueden ser las pakoras, el Vada pav, el Papri Chaat, el Bhelpuri , el Panipuri y el Dahi Vada.

El concepto de comida rápida según Alfredo, M (2012), aparecía en Europa durante las Guerras Napoleónicas cuando en el siglo XIX los mercenarios cosacos del ejército Ruso en Francia solicitaban en los restaurantes que se les sirvieran lo antes posible, mencionando repetidas veces la palabra Bistró (bystro = rápido). A mediados del siglo XX, de igual forma sostiene que un empresario de la alimentación en Estados Unidos denominado Gerry Thomas comercializa por primera vez lo que se denomina comida preparada (Alfredo, 2012).

En 1912 se abre el primer automat en Nueva York (Amado, 2014), un local que ofrecía comida detrás de una ventana de vidrio y una ranura para pagar con monedas. El sistema ya existía antes en Berlín y en algunas ciudades de Estados Unidos como Filadelfia. La firma popularizó la comida para llevar bajo el eslogan "*menos trabajo para mamá*".

Para conocer el origen de la actual comida rápida la cual nace en los Estados Unidos, antes de que McDonald's se convirtiera en sinónimo de hamburguesas existieron los hermanos McDonald: Richard ("Dick") y Maurice ("Mac") se mudaron a finales de los años 20 desde New Hampshire a California para probar suerte como empresarios. Una de las características es comenzó a utilizar el modelo de producción en cadena, copiando el modelo de otra

industrial, el objetivo era poder atender en pocos minutos ante la cantidad de pedidos por personas que debían de comer en un tiempo reducido. Teniendo en cuenta el perfil de cliente que era un trabajador no cualificado y con bajos salarios (Lago Moneo, 2011).

Con la llegada de los populares drive-through en los años 1940 en Estados Unidos, periodo en el que se hace muy popular servir comidas sin necesidad de salir de un coche, el concepto "*fast food*" se instala en la vida de Occidental. Las comidas se sirven a pie de calle o en algunos países se ofrecen en locales comunes denominados *food courts* (Rafitas, 2011).

1.2 Referente conceptual

En este punto se describen teóricamente y agrupados por tema, los conceptos de la metodología que serán utilizados para el desarrollo de la presente propuesta.

1.2.1. Análisis del medio externo e interno

El ambiente externo es un conjunto de factores dentro de una industria que influyen de manera directa sobre las acciones de una empresa y de sus respuestas competitivas.

En el análisis del medio ambiente externo, se deben considerar muchos factores de amenaza y oportunidades. Es decir, las amenazas podrían incluir los problemas de inflación, escasez de energía, cambios tecnológicos, aumento de la población y acciones gubernamentales. En general, tanto las amenazas como las oportunidades podrían quedar agrupadas en las siguientes categorías: factores económicos, sociales o políticos, factores del producto o tecnológicos, factores demográficos, mercados y competencia, y otros. Por lo tanto, el reto consiste en encontrar una posición dentro de la industria en la que la empresa tenga una ventaja competitiva (Martínez, 2005).

Para que el ambiente externo sea evaluado se utilizará el modelo de las cinco fuerzas de Porter, el cual permite identificar y caracterizar la conducta de los competidores actuales, los proveedores, sustitutos, compradores y competidores potenciales. A partir de esta evaluación es posible determinar qué oportunidades y amenazas presenta la industria y que además afectan a la empresa.

Por otro lado, el ambiente interno corresponde a los recursos y capacidades que tiene la empresa, que le permitirían lograr una ventaja competitiva¹. Las capacidades corresponden a la habilidad de una empresa para integrar sus recursos a fin de lograr una condición deseada.

Para evaluar el medio interno se utiliza el análisis de la cadena de valor, a partir del cual se identifican las actividades mediante las cuales la empresa puede crear valor, y las fortalezas y debilidades que presenta.

Este análisis divide las actividades en primarias y de apoyo.

Actividades primarias: -Logística de entrada: manejo y almacenamiento y distribución de materias primas. -Operaciones: actividades necesarias para convertir los insumos en productos finales. -Logística de salida: recopilación, almacenamientos y distribución del producto terminado -Marketing y ventas: Actividades que se realizan para proporcionar medios a través de los cuales los clientes pueden comprar los productos o inducirlos a que lo hagan. -Servicios: Actividades diseñadas para aumentar o conservar el valor de los productos.

Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) detectadas a partir de ambos análisis permiten a la empresa determinar la estrategia a nivel de negocios a seguir. Esta puede ser de liderazgo en costos, diferenciación, de enfoque o integrada bajos costos/diferenciación.

1.2.2. Investigación de mercado

La investigación de mercado permite identificar las características y necesidades de los consumidores y por lo tanto es una importante fuente de información para la toma de decisiones de marketing.

Tomando lo expuesto en su obra Aaker sobre el proceso de investigación de mercado, el cual considera que el proceso de investigación de mercado se desglosa en los siguientes puntos:

¹ Por recursos, se entienden todos los insumos que se utilizan en el proceso de producción de una empresa, sean éstos tangibles o intangibles

1. Determinar el propósito de la investigación de mercado: determinar las alternativas de decisión a ser evaluadas o las oportunidades a ser estudiadas.
2. Establecer los objetivos de la investigación: determinar la información necesaria.
3. Estimar el valor de la información.
4. Diseño de la investigación: seleccionar el enfoque de la investigación, diseñar el cuestionario y especificar el plan de muestreo.
5. Implantación del enfoque seleccionado: recolectar, analizar e interpretar los datos, y desarrollar conclusiones.

Enfoque de investigación: -Investigación exploratoria: se utiliza cuando se buscan indicios acerca de la naturaleza general de un problema. -Investigación descriptiva: proporciona una fotografía exacta de algún aspecto del medio ambiente de mercado. -Investigación Causal: se utiliza cuando es necesario demostrar que una variable causa o determina los valores de otras variables.

Recolección de datos: La información que se desea recolectar puede venir de fuentes primarias, como entrevistas, encuestas y experimentos, y fuentes secundarias, como bases de datos, censos o investigaciones anteriores.

Las restricciones que se deben tomar en cuenta al momento de decidir el método de recolección de datos a utilizar son: presupuesto disponible, complejidad de la información que se requiere, exactitud necesaria y tiempo.

Consideraciones en el diseño del cuestionario: -Usar esquema embudo, es decir ir de preguntas generales a las específicas y poner primero las preguntas más fáciles. -Usar palabras sencillas y evitar preguntas ambiguas o que induzcan respuestas. -Evitar preguntas abiertas. -Realizar pruebas del cuestionario (Aaker, 1996).

1.2.3. Conceptos de marketing

Continuando con los conceptos de Aaker, el cual define “*que, a partir de la estrategia de marketing de la empresa, se obtiene la definición del segmento objetivo y posicionamiento.*”

Para luego, diseñar el plan de marketing, el cual consiste en determinar: producto, precio, plaza y promoción.

El segmento objetivo es un grupo de consumidores que tienen características comunes y un alto grado de homogeneidad respecto de sus necesidades, las cuales se pretenden satisfacer con el producto de la empresa.

Posicionamiento consiste en planear la oferta y la imagen del producto en la mente de los consumidores pertenecientes al segmento objetivo, para que lo comprendan, distinga y valoren en la relación a la competencia.

Por medio de la diferenciación se busca entregar un valor por el cual los compradores están dispuestos a pagar un precio superior. Una empresa que opta por una estrategia de diferenciación debe decidir cuáles serán los atributos que la harán distinta de la competencia y enfocar sus esfuerzos en lograr que la diferenciación se haga efectiva” (Aaker, 1996).

Definición del producto: Un producto se puede definir como un conjunto de atributos tangibles e intangibles, como por ejemplo color, empaque, calidad y marca. Es relevante señalar los servicios relacionados al producto, como atención al momento de la venta, garantías y servicios postventa (Kotler, 2006).

Determinación del precio: El precio es la cantidad de dinero necesaria para adquirir el bien. Tiene un efecto directo sobre el nivel de ventas y utilidades de una empresa, además los consumidores lo perciben como un indicador de la calidad del producto (Kotler, 2006).

Existen distintos métodos para fijar el precio de un producto: -Fijar el precio como el costo total del producto más un porcentaje de utilidad deseada. -Fijar el precio en base al valor percibido por el cliente y no en el costo del que vende. -Fijar el precio relativamente bajo por una oferta de alta calidad. -Fijar el precio basándose en los precios de los principales competidores y las características de los productos que ofertan. -Para la introducción de un nuevo producto usar estrategias como: descremar el mercado (precio alto en la introducción que tiende a bajar con el tiempo) o penetración de mercado (precio bajo en la introducción

que tiende a subir con el tiempo). -Fijar precio en base a factores psicológicos, como por ejemplo la terminación en número impar (Kotler, 2006).

Distribución: Los canales de distribución son los intermediarios por los que pasa un producto desde que se fabrica hasta que llega a los consumidores finales y varían según el tipo de producto (Kotler, 2006).

Promoción: La promoción es la forma en que las empresas informan a los consumidores del segmento objetivo de la existencia de su producto y los incentivan a comprar.

Existen distintas formas de promocionar un producto: -Publicidad: cualquier forma pagada y no personal de promoción de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado. - Promoción de ventas: incentivo de corto plazo para fomentar la compra de un producto o servicio. -Marketing directo: uso de medios no personales para comunicarse con el cliente y promover la venta. -Relaciones Públicas: programas diseñados para promover la imagen de una empresa o sus productos (Kotler, 2006).

2. Módulo de mercado

2.1 Análisis del sector

2.1.1 Mercado

El sector de ventas de productos para restaurantes de comidas rápidas es muy amplio, además de ser productos que se consumen diariamente, eso se ha podido apreciar debido al cambio de tendencia en los hábitos alimenticios que han ido adquiriendo las personas no solo en el municipio de Montelíbano, si no a nivel nacional, donde debido a la vida ajetreada ha obligado a preferir comidas rápidas para alcanzar a cumplir con todas sus obligaciones diarias, Así lo evidencian algunos estudios, como el más reciente global de Nielsen sobre Tendencias de comida fuera del hogar, desarrollado con encuestas en 61 países del mundo, siete de ellos latinoamericanos, incluido Colombia, que ocupa el cuarto lugar de esta preferencia. Dada esta información podemos notar las razones por las cuales es evidente que el negocio ha ido creciendo lo que abre una gran oportunidad para que una distribuidora de

insumos para este tipo de establecimientos tenga una gran aceptación, se aprovecharía el auge en el crecimiento del sector y la carencia de otros establecimientos que pudieran representar una competencia, por lo cual se ha visto una excelente idea de negocio en la distribución de productos para la preparación y empaque de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano.

2.2 Estudio de mercado

2.2.1 Producto/ Servicio

La distribuidora de productos necesarios para la preparación y empaque de comidas rápidas actuará en el mercado como intermediario en la cadena de distribución de los insumos entre los productores y el consumidor final, ya que no se encargará de la preparación de ninguna de las materias primas ni de las comidas rápidas, se desempeñará en el campo de la compra y venta de los mismos.

La empresa pretende abarcar todo el mercado posible teniendo en cuenta la demanda insatisfecha ya que como se ha planteado anteriormente solo existe una empresa dedicada a esta actividad, y al presentarse el aumento de establecimientos muchos de estos no alcanzan a ser abastecidos, por tal razón se busca la satisfacción de todos los clientes en general mediante una amplia gama de productos a ofrecer como lo son las carnes frías, quesos, salsamentaría, desechables, etc. Teniendo en cuenta calidad y precio a la hora de prestar los servicios, así mismo ofreciendo el servicio de domicilio para aquellas empresas que necesiten que sus productos estén a tiempo en sus instalaciones y que por una u otra razón no cuenten con el tiempo necesario para desplazarse hasta las instalaciones de la distribuidora.

2.3 Diseño metodológico

2.3.1 Metodología.

Para la realización del presente escrito se hace una Investigación de tipo Descriptivo, tiene como finalidad obtener una comprensión del objeto estudiado y no realizar generalizaciones, por lo tanto, se enfoca en encontrar fundamentos teóricos que justifiquen los hallazgos obtenidos en el campo de estudio el cual se fundamenta principalmente en la descripción de

la población a estudiar en este caso los negocios dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano para describir la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la distribución de los insumos necesarios para el desarrollo de la actividad económica de dichas negocios. En la investigación descriptiva los principales métodos son el observacional, el de encuestas y los estudios de caso único.

2.3.2 Método.

El método a utilizar para la determinación de la factibilidad de la creación de una empresa para la distribución de productos necesarios para la preparación y distribución de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano es el deductivo. El método deductivo logra inferir algo observado a partir de una ley general. Esto lo diferencia del llamado método inductivo, que se basa en la formulación de leyes partiendo de los hechos que se observan esto nos infiere que este método va de lo general a lo particular, consiste en obtener conclusiones particulares a partir de un razonamiento general y descansa en grupo de hechos que son los que constituyen como un todo. La aplicación de este método de investigación tendrá un efecto directo en la determinación de la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la distribución de productos necesarios para la preparación y empaque de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano.

2.3.3 Instrumentos.

En una investigación de método cuantitativo, debemos entender este como un proceso sistemático y ordenado que se lleva a cabo siguiendo determinados pasos, donde se deben seguir una previa planeación paso a paso para alcanzar la proyección inicialmente establecida. Por ende, la investigación debe estar basada en una estructura lógica de decisiones y con una estrategia orientada a la obtención de respuestas adecuadas a los problemas e indagación que se generan a medida que se estructura el plan de acción. Para el desarrollo de esta investigación es necesario instrumento cuantitativos ya que es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, utilizando el uso de

herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados concluyentes en su propósito

2.3.4 Técnicas.

La Encuesta.

Esta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, realizada mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en este caso los propietarios de negocios dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano.

En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.

La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado. A diferencia de la entrevista la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo. Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

2.3.5 El Cuestionario.

Este es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste.

No obstante, a que el cuestionario se limita a la observación simple, del entrevistador o el encuestado, éste puede ser masivamente aplicado a comunidades nacionales e incluso internacionales, pudiéndose obtener información sobre una gama amplia de aspectos o problemas definidos.

La estructura y el carácter del cuestionario lo definen el contenido y la forma de las preguntas que se les formula a los interrogados. La pregunta en el cuestionario por su contenido puede dividirse en dos grandes grupos: pregunta directa o indirecta.

2.3.6 Fuentes de información

Primarias: Define a las fuentes primarias de información como las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, monografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano cómo las obtenidas por medio de las técnicas de investigación deductivos como los mencionados observación participante y/o entrevista semiestructurada.

Secundarias: Contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias.

Se debe hacer referencia a ellas cuando no se puede utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados y cuando la fuente es confiable. La utilizamos para confirmar nuestros hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar nuestros estudios.

2.3.7 Población y muestra

Población objeto de estudio: 215 establecimientos dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el casco urbano del municipio de Montelíbano

Muestra: Se seleccionarán los 139 establecimientos dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el casco urbano del municipio de Montelíbano.

Tamaño de la muestra

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q} \\ &= \frac{(1.96)^2 * 215 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 (215 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)} \\ &= \underline{206.48} \\ &\quad 1.49 \\ &= 139 \end{aligned}$$

N= Tamaño de la población 215

Z= Variable de confianza 95%, al aplicar la fórmula es igual a 1.96

e= Margen de Error (0.5)

p= Probabilidad de éxito (0.5).

q= Probabilidad de fracaso (0.5).

n= Tamaño de la muestra, la cantidad de encuestas a practicar en el municipio de Montelíbano son 139.

2.3.8 Técnicas e instrumentos aplicados:

Tabulación de datos de fuentes primarias: Inicialmente se llevó a cabo un sondeo preliminar para determinar la cantidad de establecimientos dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el casco urbano del municipio de Montelíbano, esta investigación se realizó entrevistando a la población que es usuaria del servicio de clientes de comidas rápidas en los diferentes barrios que conforman el municipio y determinar así la cantidad de establecimientos dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el casco urbano del municipio de Montelíbano .

Diseño del cuestionario: El cuestionario es el esquema formalizado para recopilar la información de los encuestados, el cual contiene las preguntas a realizar y los espacios destinados a las respuestas; es decir, es la traducción de los objetivos informativos de la investigación en preguntas específicas.

Aplicación de la encuesta: La encuesta diseñada se aplicó durante los días 20, 21, 22, 23, 24 del mes de noviembre de 2018, en el área estimada de mercado. La información fue solicitada personalmente a los administradores de establecimientos dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas. La encuesta se llevó a cabo en los establecimientos seleccionados de comidas rápidas en la zona rosa del área urbana del municipio de Montelíbano.

Resultados de la encuesta: Una vez obtenida toda la información, se procedió a tabularla en el programa Excel de forma sistemática con el fin de obtener resultados exactos y sencillos de entender.

2.4 Resultados

2.4.1 Metodología del Estudio de Mercados

Para el estudio de mercados se tienen en cuenta las fuentes primarias como secundarias.

Las fuentes primarias son la exploración, la observación y las encuestas dirigidas a establecimientos dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el casco urbano del municipio de Montelíbano, como a usuarios del municipio que demanden productos para la elaboración de la comida como para el empaque de la misma de alto consumo mediante una encuesta y entrevistas informales.

Las fuentes secundarias son los documentos relacionados con el tema, los resultados de las encuestas del DANE, de la Alcaldía de Montelíbano, y de los establecimientos de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano.

Las técnicas de muestreo utilizadas son muestreo aleatorio simple y por conveniencia, esta último aplicado a los administradores de los establecimientos dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el casco urbano del municipio de Montelíbano.

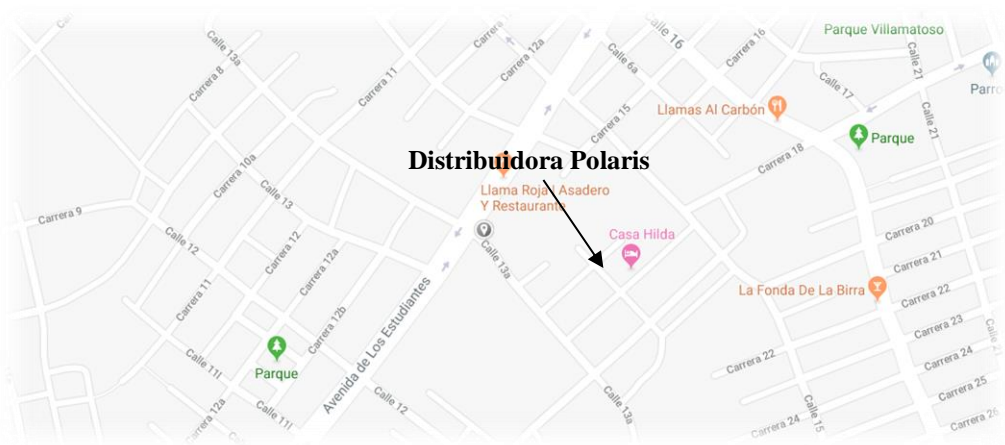
Las proyecciones de oferta y demanda se realizan mediante las técnicas de tasas de crecimiento o tendencias según el comportamiento de los datos históricos de ambas.

2.4.2 Estudio del área de influencia

La cobertura geográfica del proyecto de la empresa está delimitado geográficamente en la zona que comprendida por el Municipio de Montelíbano, ubicado en el departamento de Córdoba-Colombia, situado en el valle del río San Jorge, con una población de 85.004 habitantes aproximadamente (DANE, 2018), con coordenadas geográficas establecidas a los 7° 59' 13" de latitud norte y a 75° 25' 30" de longitud Oeste, con una temperatura promedio de 28° C, limita al norte con los municipios de Planeta Rica, Buenavista, la Apartada y Ayapel; al sur con este municipio de Puerto Libertador, Tarazá, Cáceres e Ituango estos tres últimos pertenecientes al departamento de Antioquia (Alcaldía de Montelíbano, 2018).

Dentro del Municipio de Montelíbano la localización de la empresa ideal sería en la avenida de los estudiantes Carrera 13 Calle 13, al lado de la carnicería la Avenida, ya que la mayoría de los establecimientos más apetecidos de comidas rápidas en el municipio se encuentran ubicados a lo largo de esta avenida donde se encuentra la zona rosa, además porque sería un lugar central desde el cual poder controlar el tiempo de entrega de los servicios a domicilio para una mayor satisfacción de todos los clientes.

Mapa 1, Área de influencia del proyecto



Fuente: https://satellites.pro/mapa_de_Montelibano.Region_de_Cordoba.Colombia

Los principales consumidores de la empresa son los establecimientos dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas en el casco urbano del municipio de Montelíbano con una población de 215 establecimientos actualmente, de los cuales cerca del 60% se encuentran en la zona rosa de esté y los demás se encuentran esparcido por el resto del territorio que comprende, especialmente en el norte donde los establecimientos son más pequeños pero tienen una significativa demanda de los productos que ofertará la distribuidora.

El mayor volumen de oferta y demanda de productos similares se presenta en la distribuidora “SALCHIPAN”, y en el municipio de Caucasia, Antioquia; o en muchos casos en el municipio de Montería.

Las vías de transporte y el tiempo de viaje entre Montelíbano y el municipio de Caucasia o Montería no son favorable para una eficiente entrega del producto solicitado ya que se aumenta el costo de los productos teniendo en cuenta que se infiere en consumo de combustible, peajes o en un flete si estos son enviados por encomienda.

Resultados de la encuesta. Una vez obtenida toda la información, se procedió a tabularla en forma sistemática con el fin de obtener resultados exactos y sencillos de entender.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

2.4.3 Encuesta de opinión dirigida a los administradores de los establecimientos de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano.

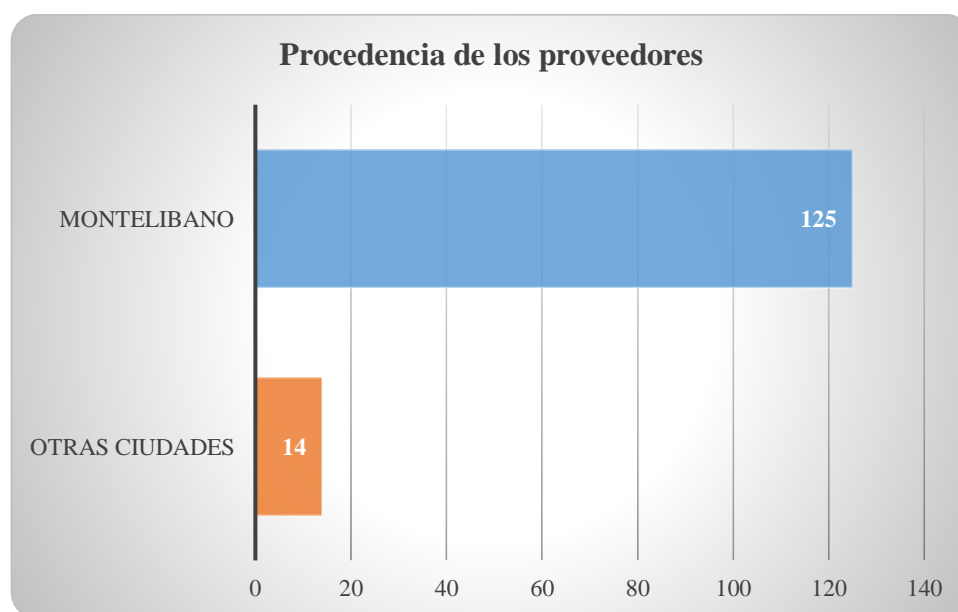
De acuerdo al tamaño de la muestra, el número de encuestas a realizar a los comerciantes de comidas rápidas en Montelíbano es de 139, por tanto, los datos arrojados en cada uno de los incisos, está determinado por las respuestas de los encargados de compras e inventario de este número de establecimientos.

1. ¿Su proveedor de insumos para la preparación y empaque de comidas rápidas es del municipio de Montelíbano?

Tabla 1, Número de establecimientos encuestados

Origen	Cantidad de establecimientos	Porcentajes
Montelíbano	125	90%
Otras Ciudades	14	10%
TOTAL	139	100%

Fuente: Elaboración de las autoras

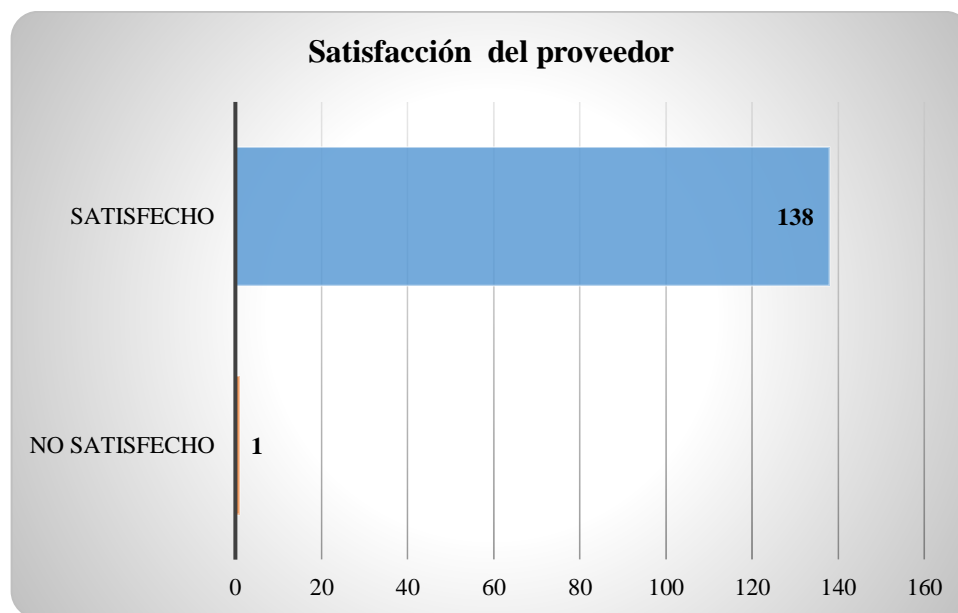


Gráfica 1, Procedencia de los proveedores

Acorde con la gráfica 1 se evidencia como un 90 % de las personas encuestadas de los establecimientos de comidas rápidas utilizan proveedores del municipio de Montelíbano, el 10 % de los usuarios utilizan proveedores en otros municipios del área de influencia.

2. ¿Está usted satisfecho con la atención brindada su proveedor de insumos para la preparación de comidas rápidas?

Respuesta	Número de Respuestas	Porcentaje
Satisfecho	138	99%
No Satisfecho	1	1%
TOTAL	139	100%

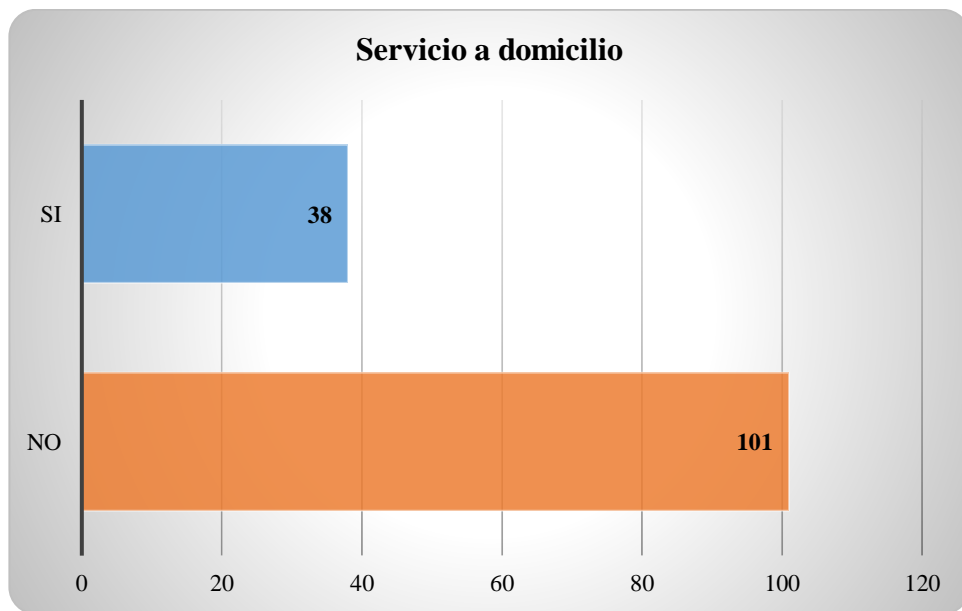


Gráfica 2, Grado de satisfacción del proveedor

Como muestra la gráfica 2, los administradores de los establecimientos de comidas rápidas un 99% sienten satisfacción con su actual proveedor, solo el 1% no se encuentra satisfecho con el servicio que recibe.

3. ¿Su proveedor de insumos de comidas rápidas le brinda el servicio de domicilio?

Respuesta	Número de establecimientos	Porcentaje
SI	38	27%
NO	101	73%
TOTAL	139	100%

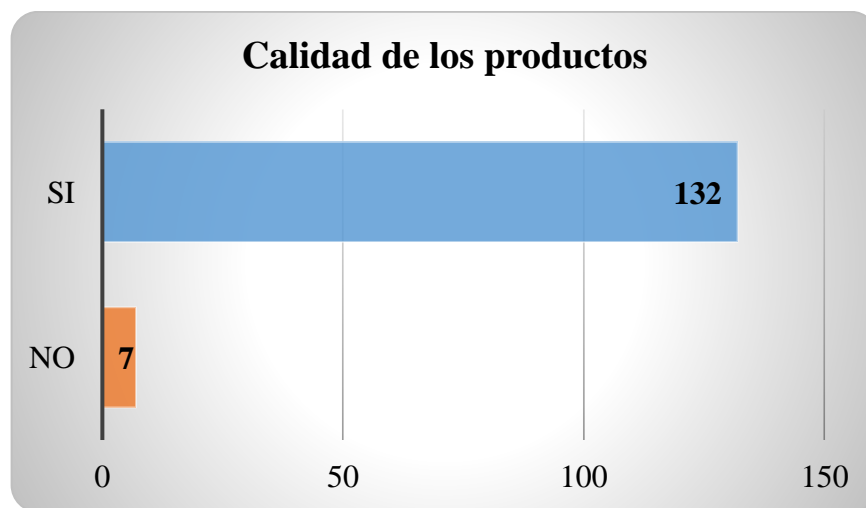


Gráfica 3, Servicio a domicilio

En la gráfica 3 se evidencia que solo el 27% de los establecimientos de comidas rápidas recibe sus pedidos a domicilio, el 73% no lo recibe, lo cual genera insatisfacción en muchos de los administradores de los locales.

4. ¿La calidad de los productos ofrecidos por su proveedor llena sus expectativas?

Respuesta	Número de encuestados	Porcentaje
SI	132	95%
NO	7	5%
TOTAL	139	100%

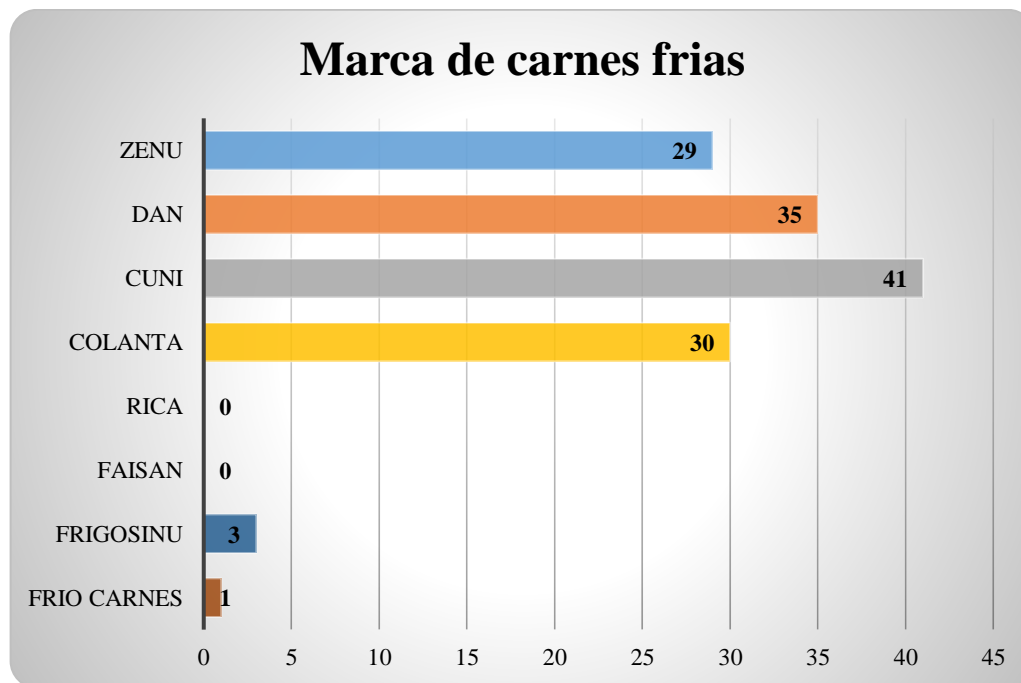


Gráfica 4, Calidad de los productos

Como muestra la gráfica 4, el 95% de los establecimientos de comidas rápidas están satisfechos con la calidad de productos que compran, un 5% no está satisfecho con la calidad de los productos que compran.

5. ¿Cuál es su marca de carnes frías preferida?

Marca Carnes Frías	Respuesta	Porcentaje
ZENÚ	29	21%
DAN	35	25%
CUNI	41	29%
COLANTA	30	22%
RICA	0	0%
FAISÁN	0	0%
FRIGOSINU	3	2%
FRÍO CARNES	1	1%
TOTAL	139	100%

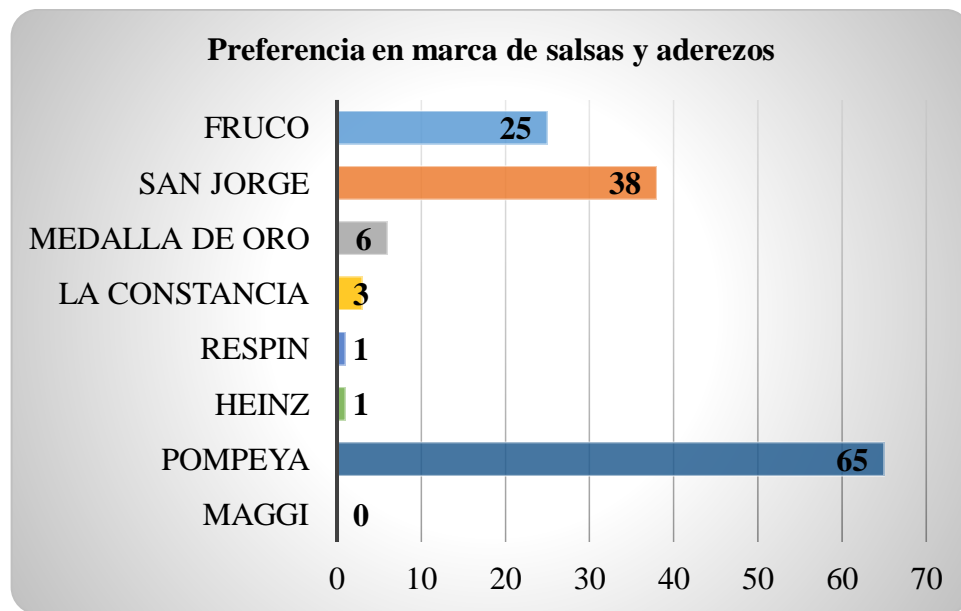


Gráfica 5, Preferencia por marca de carnes frías

En la gráfica 5 se puede observar cómo los 139 encuestados dan respuesta sobre la preferencia de carnes frías para preparar los productos de su establecimiento, dando como lo resultado lo siguiente: Un 29% prefiere la marca CUNI, un 25% utiliza la marca DAN, un 22% utiliza la marca Colanta, el 21% la marca ZENU, un 2% la marca Frigosinu y el 1% Frío carnes, en cuanto las marcas Rica y Faisán ningún establecimiento las utiliza.

6. ¿Cuál es su marca de Salsas y aderezos preferidos?

Marca	Respuesta	Porcentaje
FRUCO	25	18%
SAN JORGE	38	27%
MEDALLA DE ORO	6	4%
LA CONSTANCIA	3	2%
RESPIN	1	1%
HEINZ	1	1%
POMPEYA	65	47%
MAGGI	0	0%
TOTAL	139	100%

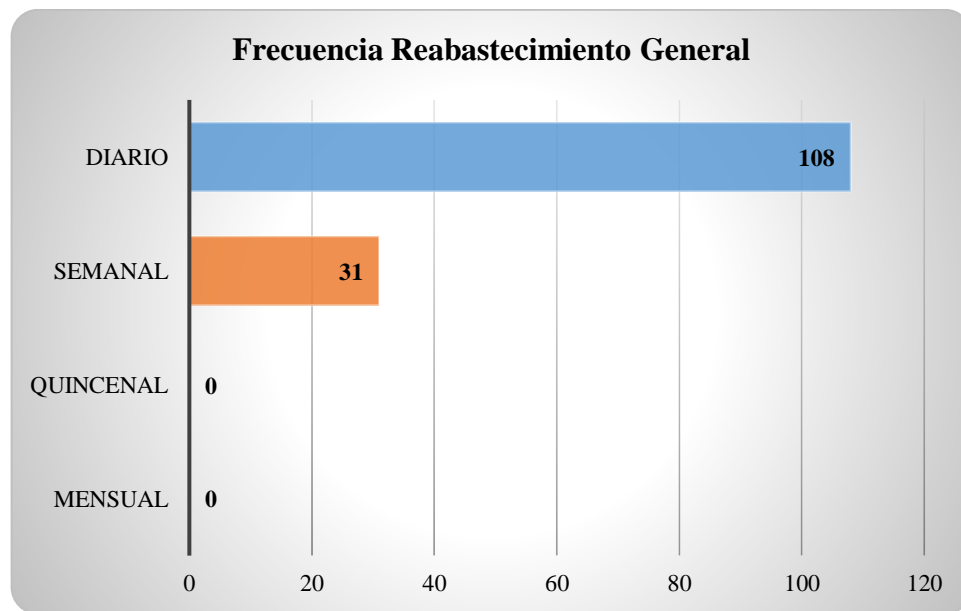


Gráfica 6, Preferencia en marca de salsas y aderezos

En gráfica 6, se puede analizar en cuanto a la preferencia de marcas de salsas de aderezos los siguiente: un 47% compra la marca Pompeya, seguido por el 27% que utiliza la marca San Jorge, el 18% utiliza la marca Fruco, un 4% compra la marca Medalla de Oro, el 2% utiliza La Constancia, el 1% utiliza Respin y Heinz, ninguno utiliza los productos de Maggi.

7. ¿Cada cuánto se reabastece de productos en su empresa?

Frecuencia	Respuesta	Porcentaje
DIARIO	108	78%
SEMANAL	31	22%
QUINCENAL	0	0%
MENSUAL	0	0%
TOTAL	139	100%



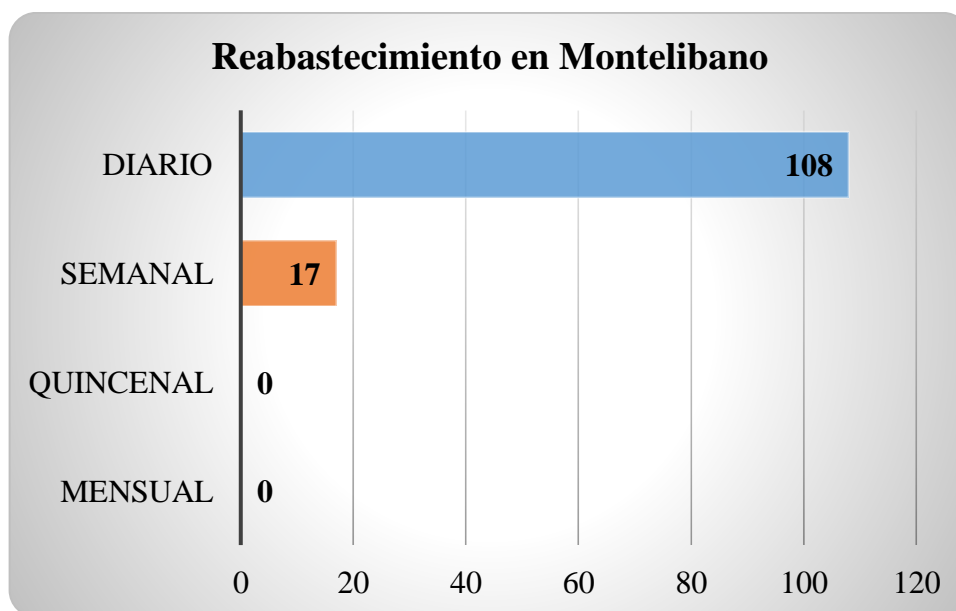
Gráfica 7, Frecuencia reabastecimiento general

La frecuencia de reabastecimiento también es de gran importancia a la hora de establecer la demanda existente en un mercado, por lo tanto se ha determinado la periodicidad del reabastecimiento entre los comerciantes de comidas rápidas, determinando que la totalidad de ellos lo hace diariamente y en algunos de forma semanal, no se encontró evidencia sobre algún negocio de este tipo que realizara compras quincenales o mensuales, principalmente teniendo en cuenta que para estos prima la frescura de los productos para trabajar con ellos. En la gráfica 7 se puede evidenciar que el 78% de los establecimientos se reabastecen diariamente, mientras que el 22% lo hacen semanalmente, ninguno hace compras ni quincenal ni mensual.

La anterior respuesta abrió un análisis sobre el lugar donde hacen el reabastecimiento, dando como resultado lo siguiente:

7A. Frecuencia reabastecimiento Montelíbano

Frecuencia	Respuesta	Porcentaje
DIARIO	108	86%
SEMANAL	17	14%
QUINCENAL	0	0%
MENSUAL	0	0%
TOTAL	125	100%

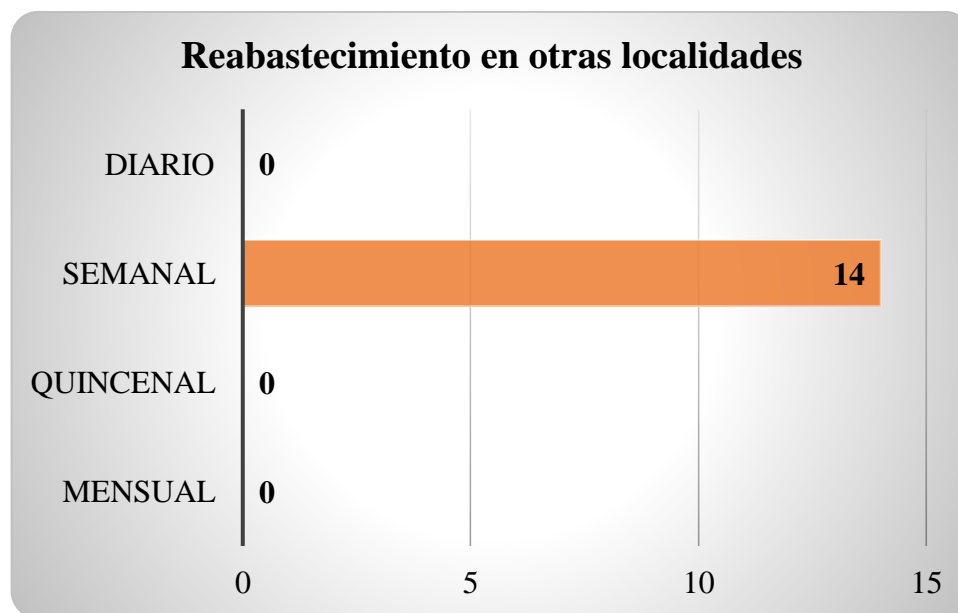


Gráfica 7A, Reabastecimiento en Montelíbano

De los 139 entrevistados, 125 hacen su reabastecimiento en el municipio de Montelíbano, destacándose lo siguiente el 86% lo hace diariamente, y el 14% lo hace semanalmente, ninguno se abastece quincenalmente o mensualmente.

7B, Frecuencia de Reabastecimiento proveedores de otras localidades

Frecuencia	Respuesta	Porcentaje
DIARIO	0	0%
SEMANAL	14	100%
QUINCENAL	0	0%
MENSUAL	0	0%
TOTAL	14	100%



Gráfica 7B, Reabastecimiento en otras localidades

En la gráfica 7B se puede observar que el 100% de los entrevistados o sea un total de 14 establecimientos compran y se abastecen en otras localidades, fuera del municipio de Montelíbano y lo hacen semanalmente.

8. ¿Cuánto compra cuando se reabastece?

Tabla 2, Compras en general

Producto	Cantidad	Porcentaje
CARNES FRIAS (uni)	1811	33%
QUESO (uni x 2.5kg)	294	5%
SALSAS (uni x 1kg)	266	5%
PAN (unid)	2692	48%
HARINA (uni x 0,5kg)	137	2%
DESECHABLES (paq)	368	7%
	5568	100%

En la tabla 2, se puede analizar en cuanto al tema en general un 48% está representado en la compra de pan, el 33% en la compra de carnes frías, el 7% en la compra de desechables, el 5% en queso y salsas, y por último un 2% en harina de trigo.

Tabla 3, Compras diarias en Montelíbano

Producto	Cantidad	Porcentaje
CARNES FRIAS (uni)	1011	24%
QUESO (uni x 2.5kg)	161	4%
SALSAS (uni x 1kg)	155	4%
PAN (unid)	2692	64%
HARINA (uni x 0,5kg)	137	3%
DESECHABLES (paq)	78	2%
	4234	100%

Para el caso de las compras diarias en Montelíbano, en la tabla 3 se puede observar lo siguiente: el 64% compra pan, el 24% compra carnes frías, el 4% compra queso y salsas, un 3% compra harina de trigo, y un 2% compra productos desechables.

Tabla 4, Compras semanales Montelíbano

Producto	Cantidad	Porcentaje
CARNES FRIAS (uni)	425,5	61%
QUESO (uni x 2.5kg)	62	9%
SALSAS (uni x 1kg)	36,5	5%
PAN (unid)	0	0%
HARINA (uni x 0,5kg)	0	0%
DESECHABLES (paq)	169	24%
	693	100%

En el caso de las compras semanales en Montelíbano, se encontró que el 61% compra las carnes frías, seguido del queso por un 9%, las salsas por un 5%, en cuanto a los desechables un 24% los compra semanalmente.

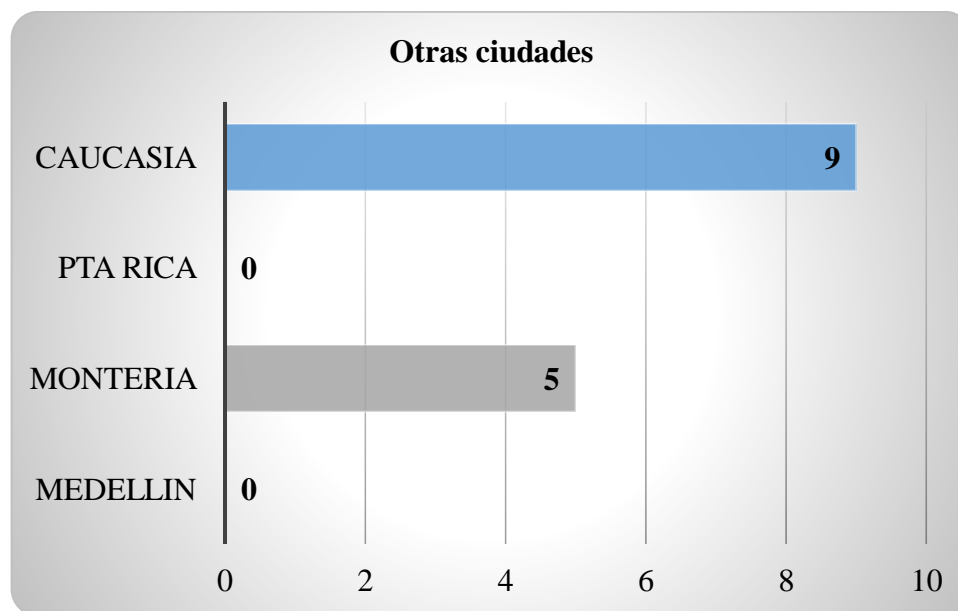
Tabla 5, Compras semanales en otras ciudades

Producto	Cantidades	Porcentaje
CARNES FRIAS (uni)	374,5	58%
QUESO (uni x 2.5kg)	71	11%
SALSAS (uni x 1kg)	74,5	12%
PAN (unid)	0	0%
HARINA (uni x 0,5kg)	0	0%
DESECHABLES (paq)	121	19%
	641	100%

En cuanto a las compras semanales en otras ciudades, se encontró lo siguiente como lo muestra la tabla 5: el 58% compra las carnes frías, un 12% compra las salsas, el 19% compra los desechables y un 11% compra el queso.

9. En caso de que su proveedor no sea del municipio de Montelíbano, adquiere sus productos en:

Municipio	Cantidad
CAUCASIA	9
PTA RICA	0
MONTERÍA	5
MEDELLÍN	0
TOTAL	14



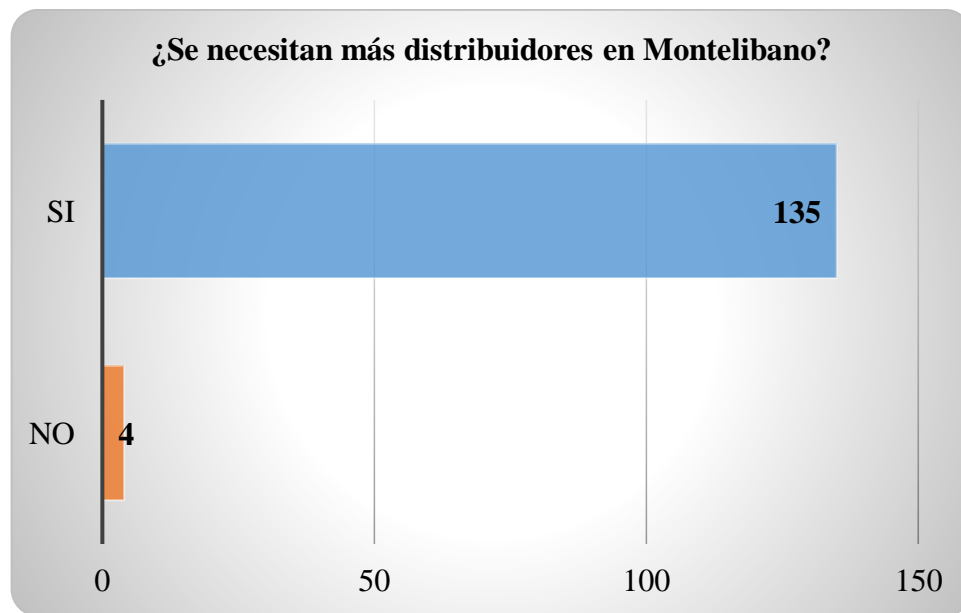
Gráfica 8, Otras ciudades

De los 139 entrevistados, 14 establecimientos de comidas rápidas compra y se abastecen en otros municipios como lo muestra la gráfica 8, los cuales están representados de la siguiente forma 9 compran en el municipio de Caucaasia y 5 en el municipio de Montería.

10. Piensa usted que debería haber más distribuidoras de productos e insumos necesarios para la preparación de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano?

SI	135	97%
NO	4	3%
TOTAL	139	100%

Para finalizar se les consultó a los comerciantes si estos consideraban que era necesario más distribuidoras de productos en el municipio de Montelíbano, y la respuesta fue en su mayoría positiva, y la principal razón manifestada por los mismos es por los horarios de atención ya que sus negocios tienen mayor movimiento en horas de la noche, después de 6pm, y sus proveedores locales cierran sus establecimientos a esa misma hora, dejando a los comerciantes sin un lugar donde reabastecerse en caso de quedarse de productos luego de la hora de cierre.



Gráfica 9, Se necesitan más distribuidores de productos para comidas rápidas

En la gráfica 9 ante la pregunta sobre si es necesario tener más distribuidores de productos para abastecer los establecimientos de comidas rápidas de los 139 entrevistados, 135 estuvieron de acuerdo que si es necesario y 4 no están de acuerdo con una nueva distribuidora en el municipio de Montelíbano.

3.3 Análisis de la Demanda

N: 215
n: 139
i: 6% (0,06)²

Montelíbano	125	90%
Otras Ciudades	14	10%
Total	139	100%

Se pudo determinar que las unidades aproximadas por establecimiento teniendo en cuenta los que se abastecen con proveedores locales.

² <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-comida-rapida-en-colombia/240021>

Compras diarias locales: $4.234 / 108 = 39$ unidades aproximadas por cada comerciante.

Compras semanales locales: $693 / 17 = 41$ unidades aproximadas por cada comerciante.

Se calcula lo siguiente:

$$215 \times 90\% = 193,5$$

- $193,5 \times 39 = 7.546,5 \times 30 = 226.395 \times 12 = 2.716.740$

- $193,5 \times 41 = 7.933,5 \times 4 = 31.734 \times 12 = 380.808$

Total, compras: 3.097. 548

$$Df_1: 3.097.548 (1 + 0,06)^1 = 3.283.401$$

$$Df_2: 3.097.548 (1 + 0,06)^2 = 3.480.405$$

$$Df_3: 3.097.548 (1 + 0,06)^3 = 3.689.229$$

$$Df_4: 3.097.548 (1 + 0,06)^4 = 3.910.583$$

$$Df_5: 3.097.548 (1 + 0,06)^5 = 4.145.218$$

AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
3.283.401	3.480.405	3.689.229	3.910.583	4.145.218

2.5 Análisis de la oferta

Se relacionan a continuación 4 empresas que se dedican a la venta de productos para la preparación y empaque de comidas rápidas, cabe resaltar que de estas cuatro la empresa 1 es la única dedicada a la venta de todos estos insumos necesarios para la preparación y empaque de forma general, las demás solo cuentan con algunos de ellos.

Empresa 1: 2.513 unidades

Empresa 2: 1.128 unidades

Empresa 3. 394 unidades

Empresa 4: 153 unidades

Total, de ventas diarias: 4.188 unidades

i: 1,2% $(0,012)^3$

Calculamos:

$$4.188 \times 30 = 125.640 \times 12 = 1.507.680$$

$$Of_1: 1.507.680 (1 + 0,012)^1 = 1.525.772$$

$$Of_2: 1.507.680 (1 + 0,012)^2 = 1.544.081$$

$$Of_3: 1.507.680 (1 + 0,012)^3 = 1.562.610$$

$$Of_4: 1.507.680 (1 + 0,012)^4 = 1.581.362$$

$$Of_5: 1.507.680 (1 + 0,012)^5 = 1.600.338$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1.525.772	1.544.081	1.562.610	1.581.362	1.600.338

Demanda existente:

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Df	3.283.401	3.480.405	3.689.229	3.910.583	4.145.218
Of	1.525.772	1.544.081	1.562.610	1.581.362	1.600.338
De	1.757.629	1.936.324	2.126.619	2.329.221	2.544.880

³ <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/el-sector-comercio-al-cierre-de-2017-y-perspectivas-2720735>

3. Módulo Técnico y Organizacional

3.1 Definición del tamaño

El tamaño de las ventas de la Distribuidora Polaris S.A.S está determinado por el capital dispuesto para la compra de productos a comercializar, dada esta información el tamaño de empresa en el primer año sería de en un primer mes de compra realizar una inversión de \$9.000.000.00 y consecutivamente en el resto de los meses en promedio realizar compras por valor de \$7.000.000.00 para un total anual de compras en productos por valor de \$86.000.000.00, que en promedio representan unas 39.576 unidades de productos en el primer año.

3.2 Programa de producción del bien.

Para programar la compra de los productos para posteriormente comercializarlos es necesario realizar una planeación adecuada definida por la demanda, después de esto se genera la programación, por medio de esta se determina los horarios, y las cantidades requeridas. Con una programación eficiente se reducen los tiempos de entrega a cliente final y se reducen los costos y gastos por una mala gestión.

3.2.1 Plan maestro de producción (PMP).

El plan maestro de producción es una herramienta que se utiliza para planificar y programar los recursos necesarios para la puesta en marcha de una operación.

El PMP establece la cantidad de productos que se tendrán en cuenta en un periodo de tiempo determinado, es importante que se tengan en cuenta las fluctuaciones del mercado y su comportamiento por las temporadas del año, para así planear los pedidos de los clientes, niveles de inventario y la capacidad de las instalaciones; para el desarrollo efectivo y veras del programa.

3.3 Diseño de ingeniería

Los productos suministrados hacia los clientes y consumidores son productos que cumplen con la normatividad sanitaria y legal vigente, son productos alimenticios caracterizados en tres líneas de productos; su clasificación se realizó según el Decreto 3075/1997 y la Resolución 2674/2013, los productos se clasifican como perecederos, semi-perecederos, no perecederos. Los artículos a comercializar suman un total de 83 unidades de producto.

La organización cumplirá con los estándares sanitarios que contemple la normatividad, se contará con dos unidades de refrigeración (0 a 4 °C) y congelación (<-18 °C) para los productos que requieran temperaturas bajas, para los productos denominados carga seca, se almacenarán en estibas, estantes, góndolas y vitrinas de exhibición.

Adicional el establecimiento cuenta con un baño mixto y casilleros para el uso del personal. Se cuenta con dos entradas, una para el personal de la organización y el ingreso de los productos y la otra para el ingreso de las personas.

3.4 Estudio de localización

Se consideraron los aspectos de la segmentación del mercado como:

- Factores geográficos: Relacionados con el clima, topografía, niveles de contaminación y desarrollo de infraestructura.
- Factores institucionales: Relacionados con las estrategias públicas y privadas aplicadas en el sector para el desarrollo de las instituciones.
- Factores sociales: Relacionados con las características y la cultura de los habitantes, niveles de educación y centros de salud.

3.4.1 Macro localización

Tabla 6, Macro localización

MACROLOCALIZACIÓN							
FACTORES RELEVANTES	PESOS ASIGNADOS Esc 0-1	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		MONTELIBANO		PLANETA RICA		PUERTO LIBERTADOR	
		CALIFICACIÓN Esc 1-100	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN Esc 1-100	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN Esc 1-100	CALIFICACIÓN PONDERADA
ECONOMICOS							
Ubicación del Consumidor	0,20	80	16,0	60	12	70	14
Vías de Comunicación	0,10	90	9,0	70	7	50	5
Medios de Comunicación	0,05	80	4,0	80	4	80	4
Dinamismo Económico	0,20	85	17,0	78	15,6	80	16
Ubicación del Proveedor	0,10	70	7,0	70	7	60	6
Costo de Mano de Obra	0,10	75	7,5	70	7	80	8
CULTURAL							
Hábitos de Compra	0,10	80	8,0	75	7,5	75	7,5
SOCIAL							
Intereses del Municipio	0,05	80	4,0	80	4	80	4
Actitud de la Comunidad	0,10	80	8,0	80	8	80	8
TOTAL	1,00		80,5		72,1		72,5

3.4.2 Micro localización

Tabla 7, Micro localización

FACTORES RELEVANTES	PESOS ASIGNADOS Esc 0-1	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN MOTELIBANO					
		CENTRO		NORTE		SUR	
		CALIFICACIÓN Esc 0-100	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN Esc 0-100	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN Esc 0-100	PESO PONDERADO
Disponibilidad Locativa	0,20	80,00	16,00	60,00	12,00	70,00	14,00
Costo de Arriendo	0,15	75,00	11,25	80,00	12,00	60,00	9,00
Costo de Servicios Públicos	0,15	80,00	12,00	76,00	11,40	70,00	10,50
Afluencia de Clientes	0,30	90,00	27,00	80,00	24,00	60,00	18,00
Posibilidades de Expansión	0,20	85,00	17,00	70,00	14,00	70,00	14,00
TOTAL	1,00		83,25		73,40		65,50

De acuerdo a los resultados obtenidos en la macro y micro localización el municipio idóneo para el montaje de la distribuidora es en Montelíbano, Córdoba ya que destaca entre los otros municipios estudiados en los diferentes aspectos tal y como se presentan en las tablas 7 y 8, el sector seleccionado es en la zona centro ya que es estratégica tanto para su fácil localización por parte de los clientes como por su centralidad, estando en medio de las zonas de mayor afluencia de locales comerciales dedicados a la preparación y venta de comidas rápidas.

3.5 Estudio de planta.

La distribución de planta (véase figura 1), es determinante para establecer el número de activos que se requieren para ejecutar las actividades de la organización.

Con el fin de estabilizar el metraje del establecimiento se establecieron las medidas de las áreas de la organización.

Figura 1, Distribución de la Planta

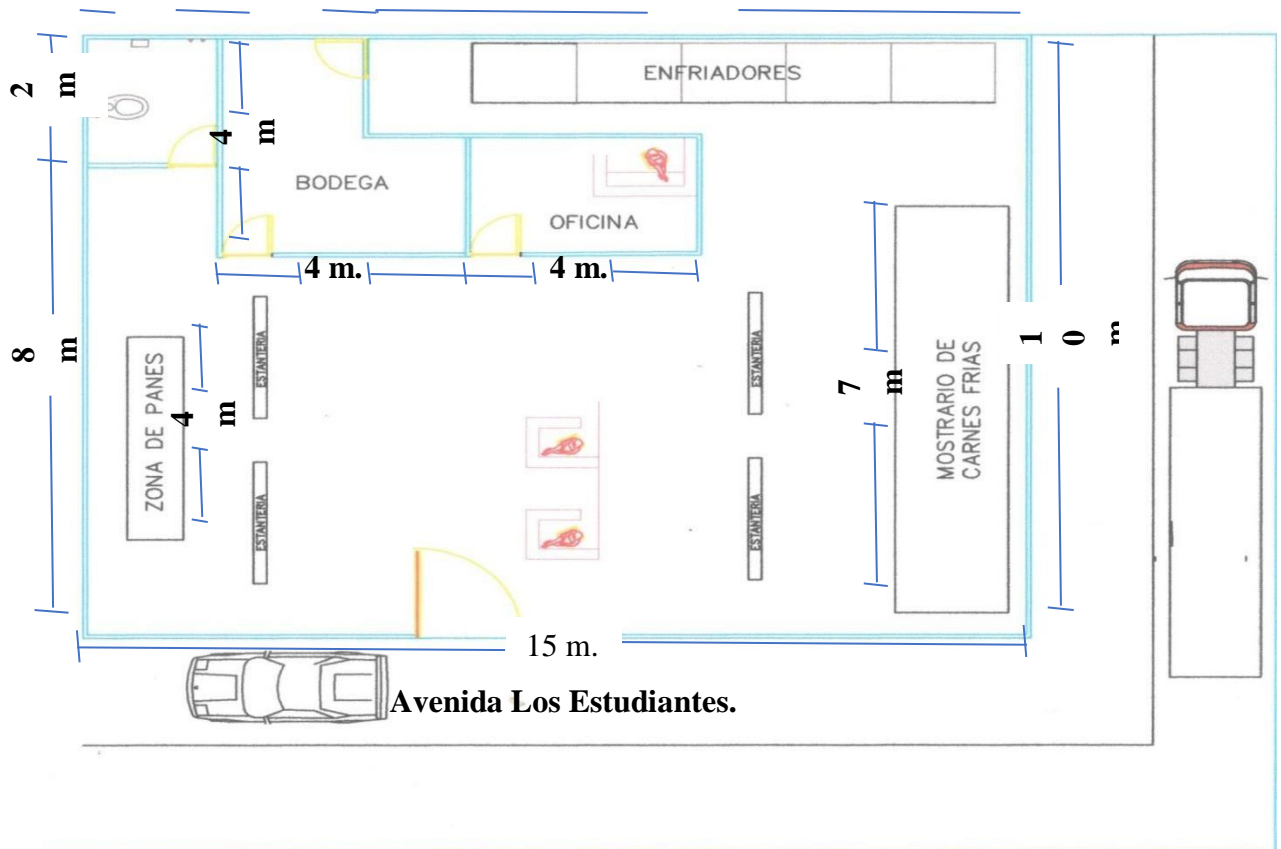


Tabla 8, Distribución y metraje del establecimiento

Área General	Área de Trabajo	Metros cuadrados requeridos (m ²)
Oficinas	Administrativa y técnica	11
Ventas/Operativa	Atención al cliente	9
Almacenamiento	Bodega, vitrinas, estanterías, neveras	25
Vistieres		6
Baño		4
Área pública	Zona cliente	15
Área de trabajo operativo	Zona operativa	10
TOTAL		80

Como se puede observar se requieren 80 m² con una tolerancia de +/- 5 m², el local debe contar con esta especificación para poder cumplir a cabalidad el plan de negocios.

3.5.1 Adecuación de planta.

A continuación, se costearán los insumos requeridos para la adecuación de la infraestructura del establecimiento.

Tabla 9, Costo adecuación de infraestructura

INVERSIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO/UNITARIO	COSTO TOTAL
Pintura	14	Galones	60.000	840.000
Adecuación pisos, paredes y techos	320	m ²	600	192.000
Instalaciones eléctricas	10	Puntos	22.000	220.000
Adecuación áreas de trabajo	80	m ²	1.700	136.000
Adecuación puntos de agua	3	Puntos	28.000	84.000
Adecuación cifones	2	Puntos	55.000	110.000
Seguridad (Puertas de entrada)	2	Puntos	60.000	120.000
Mano de obra	4	Personas	400.000	1.600.000
TOTAL			627.000	3.302.000

3.5.2 Maquinarias y equipos

- 3 computadores de mesa.
- 3 escritorios de mesa.
- 2 cajas Registradoras.
- 5 enfriadores CH22 330 Litros.
- 2 vitrinas murales refrigeradas.
- 2 vitrinas para pan y mostrador.
- 3 estanterías tipo Supermercado.
- 1 moto carro domicilios.

3.6 Estudio administrativo

3.6.1 Naturaleza jurídica

La naturaleza jurídica de la empresa es colectiva, ya que esta estará conformada por más de una persona estableciendo una sociedad de preferencia anónima simplificada.

Sociedad Anónima Simplificada: Es una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento.

Una sociedad por acciones simplificadas puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública.

Según el artículo 5 de la ley 1258; por regla general, SAS se constituye por Documento Privado donde consta:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón Social seguida de las letras “SAS”.

- El domicilio principal de la sociedad y las sucursales.
- Término de duración, puede ser a término indefinido.
- Enunciación clara de las actividades, puede ser indefinido para realizar cualquier actividad lícita.
- Capital Autorizado, Suscrito y Pagado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán.
- Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal. Sin embargo, cuando se donen bienes que necesiten como formalidad legal (escritura pública), la constitución debe elevarse a escritura pública también.

Los accionistas responderán sólo hasta el límite de sus aportes. Sin importar la causa de la obligación, laboral, fiscal etc. Puede desestimarse su personalidad jurídica en caso de probarse que fue constituida para defraudar, dicha estimación la da las Super Sociedades.

3.7 Organizacional

3.7.1 Nombre de la empresa

DISTRIBUIDORA POLARIS S.A.S

3.7.2. Logotipo



3.7.3 Identidad estratégica

Misión y Visión de La Empresa

Distribuidora Polares es una micro-empresa de suministros para establecimientos de comidas rápidas, actualmente se está proyectando para salir al mercado y llegar a ser una empresa reconocida y exitosa.

Plataforma estratégica

MISIÓN

Abastecer a los comerciantes de comidas rápidas del municipio de Montelíbano con todos los productos necesarios para el desempeño de su labor, ofreciéndoles productos de óptima calidad y de múltiples marcas reconocidas a nivel nacional para satisfacer la necesidad existente en el mercado local y en municipios aledaños.

VISIÓN

Polaris espera para el año 2023 posicionarse como la empresa número uno en la región del bajo San Jorge, siendo reconocida no solo en el municipio de Montelíbano, también en municipios como Puerto Libertador, Planeta Rica, La Apartada y Caucasia por su atención, calidad en productos y responsabilidad en despachos, contando con gran variedad en productos y vendedores capacitados.

Objetivo estratégicos

Generales

Conocer la factibilidad de creación de una empresa y comercializadora de productos para la elaboración de comidas rápidas, dirigida a negocios de comidas rápidas para su proceso productivo y necesidades personales.

Específicos

- Realizar un estudio de mercado que permita tener conocimiento sobre el comportamiento de la oferta y la demanda de los productos o servicios a ofrecer para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.
- Elaborar un estudio técnico de tal manera que permita conocer la factibilidad técnica del proyecto, su tamaño, localización, tecnología, proceso productivo y las instalaciones para la puesta en marcha del proyecto.
- Realizar un estudio administrativo que permita conocer la constitución legal de la empresa, su estructura y descripción por dependencia para el desarrollo óptimo de las funciones de la empresa.
- Efectuar un estudio financiero con el fin de conocer los recursos, su factibilidad y la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto.
- Determinar la evaluación social y ambiental del proyecto, que permita conocer su impacto socio-ambiental para generar bienestar social y calidad de vida y alcanzar el éxito organizacional.

Valores Corporativos

-Espíritu constructivo

El “espíritu constructivo” hace referencia a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de quienes laboramos.

Realizar con la máxima dedicación, talento y creatividad los procedimientos que se establecen en la normativa de nuestras funciones específicas de trabajo, de tal suerte que nuestro sello personal incremente y fortalezca la cadena de valor de los procesos operativos, administrativos y comerciales de la empresa.

-Respeto a los demás

El “respeto a los demás” es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben ser signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral.

Respetar la diversidad y pluralidad de opiniones, convicciones e ideas dentro de la empresa, reconociendo en el diálogo la herramienta esencial para la construcción de consensos, la identificación del bien común y la solución de conflictos y diferencias.

-Lealtad

La “lealtad” hace referencia a la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa.

Manifestar fidelidad y congruencia con la misión, filosofía y valores de la empresa en nuestro desempeño cotidiano e invertir hasta el tope de nuestra capacidad, talento y esfuerzo en el logro de los objetivos estratégicos de la misma, a través de las funciones, proyectos y tareas de nuestros particulares puestos de trabajo.

-Excelencia en el logro de objetivos

La “excelencia en el logro de objetivos” es un valor determinante que nos demanda calidad, esfuerzo, empeño y coraje para lograr resultados exitosos en nuestro trabajo y por consiguiente, en la consecución de los objetivos.

-Honestidad

El valor de la “honestidad” tiene que ver con la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar.

Proceder con honradez e integridad en nuestras actividades diarias, buscando ser ejemplo para los demás.

Corresponder a la confianza que la empresa ha depositado en nosotros, observando una conducta recta y honorable en nuestras actividades cotidianas.

3.7.4 Estrategia organizacional

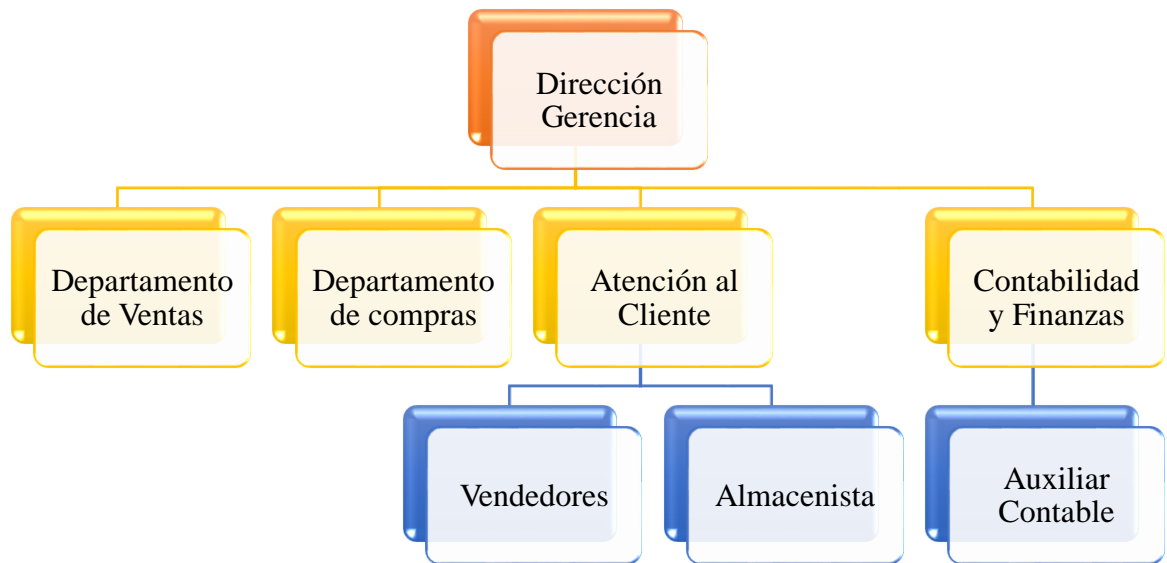
Análisis DOFA

Cuadro 1. Matriz Dofa


	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> -Conocimiento del cliente. -Modelo de negocio permite ofrecer productos de excelente calidad -Servicio a domicilio -Abierto los siete días de la semana, las 24 horas 	<ul style="list-style-type: none"> -Desconocimiento de la marca en el mercado. -La distribución inicialmente sólo sea directa. -Falta de respaldo financiero sostenible.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar la tendencia del consumo de comidas rápidas. -Incursión a un mercado poco competitivo en el municipio. -Aprovechamiento de clientes que prefieren comprar en el municipio con el fin ahorrar dinero. 	<ul style="list-style-type: none"> -Venta de productos de acuerdo a las características del cliente. -Adecuación del local con base en la tendencia y a los gustos de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> -Promocionar la distribuidora en el sector centro, en la zona rosa del municipio, en zonas residenciales, y en el sector de restaurantes y puestos de comidas rápidas para dar conocer la distribuidora.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ul style="list-style-type: none"> -Probable competencia por tendencia de consumo de la distribuidora SANCHIPAN. -Desempeño bajo presión 	<ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar el conocimiento del cliente para fidelizar su consumo en la distribuidora utilizando estrategias de marketing para contrarrestar la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> -Aprovechar que el perfil de los trabajadores es joven, dinámico para entregar información a los clientes de manera directa.

3.7.5 Organigrama

Figura 2, Organigrama



Manual de funciones

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Fecha	28/09/2018
		Ciudad	Montelíbano
		Versión:	
		País	Colombia

MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES (MOF)

PRESENTACIÓN

La Empresa Polaris, es una empresa de distribución y comercialización de materia prima para la elaboración de comidas en el municipio de Montelíbano.

La filosofía de la empresa se orienta en ser una empresa de distribución y comercialización, con atención personalizada orientada a brindarle valor agregado al cliente y con personal altamente motivado.

En ese sentido, para alcanzar los fines y objetivos, es necesario diseñar una estructura organizacional y funcional que con precisión y claridad exponga las responsabilidades, obligaciones, niveles de autoridad y de coordinación que deben guardar todos los que integran la Empresa, con la finalidad que su colaboración, esfuerzo y compromiso en el trabajo conlleven a lograr esos propósitos y metas.

El resultado de esta labor es el presente documento denominado Manual de Organización y Funciones – MOF instrumento técnico normativo de gestión que permitirá que los esfuerzos realizado sean eficientes.

El MOF es fruto de un constante y permanente estudio y evaluación de la visión y misión de la Empresa, teniendo en cuenta los requerimientos y necesidades que demanda el mundo profesional y laboral cada vez más cambiante y exigente.

Así, se ha establecido funciones y responsabilidades que, complementadas con un Manual de Procedimientos y un Sistema Computarizado de Información Integral, en etapa de elaboración, beneficiarán no solo a quienes servimos; si no, harán de la Empresa y del trabajo que hacemos, un esfuerzo eficiente, con calidad y competitividad para el desarrollo de la gestión del talento humano.

ASPECTOS GENERALES FINALIDAD, ALCANCE Y APROBACIÓN

TITULO I ASPECTOS GENERALES

A. Finalidad del manual

El presente Manual de Organización y Funciones de la empresa Distribuidora Polaris. es un documento normativo que tiene por finalidad:

1. Dar a conocer la estructura de las diferentes áreas que componen la empresa determinando las funciones generales y específicas de su estructura interna, los niveles de responsabilidad y autoridad, delegados a cada una de las áreas y las relaciones internas y externas de las mismas.
2. Definir claramente su organización y funciones.
3. Brindar información acerca de las funciones y responsabilidades a todo el personal que labora en las diferentes áreas de la empresa. Para ello se distribuirán copias del presente Manual de Organización y Funciones.

Todo el personal está en la obligación de cumplir con lo establecido en el presente Manual de

Organización y Funciones.

Las estructuras o actividades no consideradas en el presente documento deberán desarrollarse de acuerdo a una lógica y práctica interpretación del espíritu del Manual.

B. Alcance

El presente Manual de Organización y Funciones, cubre la organización estructural funcional de la Empresa Distribuidora Polaris, siendo su ámbito de aplicación todo el Personal que labora en las distintas áreas de la Empresa, desde la Gerencia, jefes de las distintas áreas operativas, y Personal que labora en los distintos niveles.

C. Aprobación

El Manual de Organización y Funciones de la Empresa será aprobado por el directorio de la empresa.

TÍTULO II ESTRUCTURA ORGÁNICA.



TÍTULO II

ESTRUCTURA ORGÁNICA

A. FUNCIONES GENERALES DE LA EMPRESA

Ofrecer productos de variedad y calidad conforme a las necesidades del mercado, brindando siempre la mejor atención a nuestros clientes para el desarrollo de nuestra empresa.

B. ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA EMPRESA

ÓRGANOS DE DIRECCIÓN

- Gerente general.
- Administrador.
- Auxiliar contable.
- Vendedores.
- Almacenistas.
- Oficios varios

C. LÍNEAS DE AUTORIDAD, RESPONSABILIDAD Y COORDINACIÓN

Las líneas de autoridad que predominan en la organización son directas y verticales, esto es, un nivel subalterno rinde su actuación y decisión a la autoridad inmediata superior, tanto en deberes como en responsabilidades, sin menoscabar su iniciativa y creatividad en la labor que realiza.

La responsabilidad general y fundamental en la Organización, reside en el compromiso de brindar un óptimo y excelente servicio de calidad a nuestros clientes tanto internos como externos y comunidad social, con contenido ético, metodología de trabajo y creatividad, para formar líderes capaces, afrontar, asumir retos y responsabilidades.

La coordinación, se realiza considerando la afinidad de funciones y responsabilidades, así como el logro de objetivos y metas de cada unidad orgánica, estimulando esfuerzos conjuntos y el trabajo en equipo.

CUADRO ORGÁNICO DE CARGOS

Para el cumplimiento de sus funciones la empresa distribuidora Polaris. cuenta con el Cuadro Orgánico de

Cargos siguientes:

N.º	DENOMINACIÓN DEL CARGO	TOTAL NECESARIO	OBSERVACIONES
	ÓRGANO DE DIRECCIÓN		
	Gerente general	1	
	Administrador	1	
	Auxiliar contable	1	
	Vendedores	2	
	Almacenista	1	
	Oficios Varios	1	

TITULO III DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

CAPÍTULO I

ÓRGANOS DE DIRECCIÓN

1. GERENCIA GENERAL

Es el máximo órgano de dirección encargado de la gestión administrativa e institucional de la organización está a cargo del Gerente General.

A. PRINCIPALES FUNCIONES

- a) Establecer políticas de acuerdo a los lineamientos de los accionistas.
- b) Establecer objetivos estratégicos en áreas como satisfacción de intereses, producción, rentabilidad, eficiencia, inversiones, desempeño de la organización, responsabilidad pública, entre otros.
- c) Ejecutar las disposiciones del directorio, así como ejercer la rentabilidad jurídica, comercial y administrativa de la sociedad, en concordancia con las atribuciones que le confieren los estatutos y el manual de organización y funciones.

d) Asegurar una buena alineación estratégica entre la organización y el medio. e) Traducir los objetivos estratégicos en metas operacionales específicas.

f) Encargado de designar al Gerente General Adjunto, de acuerdo a las necesidades que considere.

B. REQUISITOS PARA EL PUESTO

- Título profesional en administración.
- Debe de tener una experiencia mínima de un año en el puesto de Gerente General.
- Que poseer las siguientes habilidades:
 - ✓ Creatividad.
 - ✓ Planificación.
 - ✓ Iniciativa.
 - ✓ Interés por el cliente (interno y externo).
 - ✓ Responsabilidad.
 - ✓ Capacidad para comunicarse.
 - ✓ Visión de Conjunto.
 - ✓ Capacidad para la toma de decisiones.
 - ✓ Capacidad para dirigir y motivar el grupo.
 - ✓ Trabajo en Equipo.

2 ADMINISTRADOR

Es el máximo órgano de dirección encargado de la gestión administrativa e institucional de la organización, sus funciones son:

A. FUNCIONES GENERALES

- a) Firmar contratos ordinarios correspondientes a la captación de nuevos clientes.
- b) Fijar objetivos, desarrollar planes estratégicos y operativos, diseñar la estructura y establecer procesos de control.
- c) Adecuar las capacidades de la organización a las demandas del medio.
- d) Traducir los objetivos estratégicos en metas operacionales específicas de cada área de la empresa y verificar su cumplimiento.

B. REQUISITOS PARA EL PUESTO

- Título Profesional en Administración o carreras afines.
- Debe de tener una experiencia mínima de 01 años puestos similares al área.
- Nivel de Computación Avanzado.
- Poseer las siguientes habilidades:

- ✓ Creatividad.
- ✓ Planificación.
- ✓ Iniciativa.
- ✓ Interés por el cliente (interno y externo).
- ✓ Responsabilidad.

3. AUXILIAR CONTABLE

A. FUNCIONES GENERALES

- a) Realizar el control operativo, administrativo, financiero y de gestión de la compañía.
- b) Velar por los intereses de la compañía, identificando oportunamente las necesidades de liquidez o, en caso contrario, la óptima rentabilidad de los excesos de Liquidez.
- c) Controlar los saldos de efectivo de la empresa y de lo recaudado a nivel nacional por el servicio de seguridad y otros.
- j) Concientizar a toda la organización en la importancia del control y cumplimiento de normas como herramienta de gestión.
- n) Verificar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y laborales de la Compañía.
- o) Presentar mejoras de: control interno y flujo de información entre las áreas.

B. REQUISITOS PARA EL PUESTO

Auxiliar contable

- Haber llevado cursos de afines a finanzas.
- Poseer las siguientes habilidades:
 - ✓ Planificación.
 - ✓ Iniciativa.
 - ✓ Visión de Conjunto (considerar los aspectos importantes de una situación).
 - ✓ Responsabilidad.
 - ✓ Capacidad para comunicarse.
 - ✓ Capacidad para toma de decisiones.
 - ✓ Interés por el cliente (interno y externo).
 - ✓ Facilidad para trabajar en equipo.

4. ALMACENISTA:

PERFIL:

Educación: Medio Superior

Experiencia: De 1 a 3 años

Conocimientos: 5's y logística, planeación de inventarios, manejo Office

FUNCIONES

- Suministrar los elementos que le sean requeridos por el personal autorizado.
 - Recibir e inventariar los materiales y elementos que ingresen al almacén.
 - Llevar el registro de inventario de los elementos devolutivos que legalmente requieran inventariarse.
 - Elaborar el plan de necesidades de elementos devolutivos y de consumo que la institución requiera para cada vigencia.
 - Rendir las cuentas que le son solicitadas en la periodicidad requerida por la autoridad competente.
 - Solicitar las cotizaciones de adquisiciones cuando éstas sean requeridas.
 - Realizar las demás funciones que le sean asignadas y que estén de acuerdo con la naturaleza del cargo:
-
- ✓ Planear y programar las actividades propias de almacén.
 - ✓ Organizar y ejecutar el programa general de compras de la Distribuidora.
 - ✓ Establecer los mecanismos de solicitud y entrega de materiales a las dependencias que lo requieran.
 - ✓ Elaborar y/o actualizar la lista de proveedores.
 - ✓ Elaborar el balance mensual con base en los comprobantes de entrada y salida de elementos y respectivos boletines diarios de almacén.
 - ✓ Elaborar y enviar a la Controlaría el informe mensual de cuentas y el inventario general anual.
 - ✓ Elaborar y mantener al día los inventarios en libros de acuerdo con las normas vigentes.
 - ✓ Responder por el mantenimiento, seguridad e integridad de los elementos confiados a su cuidado.
 - ✓ Cumplir la jornada laboral, legalmente establecida.
 - ✓ Cumplir las demás funciones que le sean asignadas, de acuerdo con la naturaleza del cargo.

5. VENEDORES:

FUNCIÓN PRINCIPAL:

Tras una formación previa la función principal es la de realizar las tareas comerciales.

Realizar funciones de atención al público y campañas informativas.

- Solucionar incidencias y ofrecer información general relativa a la empresa.
- Realizar venta directa de productos.
- Realizar captación de clientela.
- Concertar visitas comerciales por teléfono.
- Realizar el seguimiento y gestión de la información relativa a la clientela manejando bases de datos.
- Gestionar programas de fidelización.

6. CAJEROS:

PERFIL PARA EL CARGO:

Educación: Bachiller, curso de contabilidad general, cursos para cajeros.

Experiencia: Conforme a lo solicitado por cada empresa, hay algunas que no requieren experiencia previa en el cargo.

FUNCIONES:

- Recibe y entrega cheques, dinero en efectivo, depósitos bancarios y otros documentos de valor.
- Registra directamente operando una computadora o caja los movimientos de entrada y salida de dinero.
- Realiza arqueos de caja.
- Suministra a su superior los movimientos diarios de caja.
- Sellar, estampar recibos de ingresos por caja, planillas y otros documentos.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Realiza cualquier otra tarea al fin que le sea asignada.

7. OFICIOS VARIOS (LIMPIEZA)

FUNCIÓN PRINCIPAL:

Realizar las tareas de limpieza y mantenimiento de superficies en locales, seleccionando las técnicas, útiles, productos y máquinas para garantizar la higienización, conservación y mantenimiento, en su caso, bajo la supervisión del profesional competente, cumpliendo con la normativa aplicable en materia de seguridad y salud.

- Realizar la limpieza de cristales en el local.
- Llevar a cabo la limpieza del mobiliario ubicado en el interior de los espacios a intervenir.
- Realizar la limpieza de suelos, paredes y techos en el local.
- Realizar la limpieza y tratamiento de superficies del establecimiento.

En cuanto al reglamento interno ver anexo 2.

4. Módulo de Impacto Ambiental, Económico y Social

4.1 Ambiental

En lo que respecta al impacto ambiental el proyecto de distribuidora Polaris será una empresa comprometida con la conservación del medio ambiente, respetando las normas de las leyes establecidas como el manejo de residuos, será una empresa enfocada en el respeto por la conservación de los recursos naturales, comprando siempre los productos a los proveedores que respeten las normas ambientales con el fin de poner un grano de arena en contrarrestar un gran problemática del manejo de los residuos sólidos en el municipio de Montelíbano, fomentando además el cuidado ambiental en sus clientes.

4.2 Económico

La microempresa en Colombia ha demostrado su capacidad como un medio efectivo para propiciar el desarrollo social y económico para combatir la pobreza, además el autoempleo es sin duda una forma eficaz por la cual las familias de bajos ingresos pueden incrementarlos realizando una actividad productiva que incorpora la mano de obra familiar, ya que según cifras presentadas por una respetada revista de circulación nacional como la revista dinero las microempresas en Colombia genera alrededor del 67% de los empleos en el país.

En países como el nuestro se ha despertado, en los últimos años un creciente interés por la micro y pequeña empresa así han surgido acciones programas y organizaciones que buscan apoyar el desarrollo de estas empresas debido al reconocimiento de su importancia en la economía.

Hoy por hoy la microempresa se ha convertido en el entorno de trabajo y de oportunidad de la población, convirtiéndose en un factor de cohesión social y de inserción productiva para elevar el bienestar de los habitantes. Este proyecto tiene que ser visto como un espacio en el que se genere empleo y autoempleo para lo cual se requieren entre otras cosas denotar la iniciativa y la capacidad empresarial de las familias.

Con este proyecto se quiere lograr contribuir sacar adelante al municipio de Montelíbano ya que es reconocido en la subregión del Alto Sinú, como un municipio emprendedor donde los

jóvenes buscan el día a día para salir adelante fomentando la creación de empresas y ayudando a crecer económicamente a la región, disminuyendo la tasa de desempleo, contribuyendo a la población vulnerable generando oportunidades de empleo y de conseguir ingresos. El proyecto de Distribuidora Polares está comprometido con incentivar a las personas del municipio de Montelíbano a crear empresa a llevar esta subregión a otro nivel y a explotar cada uno de los recursos con los que esta beneficiado esta región, no solo produciendo sino dando un valor agregado a cada bien y generando propuesta de innovación para ser competitivos no solo nacionalmente sino internacionalmente.

4.3 Social

En Montelíbano al igual que en todo el resto del país en la actualidad se está presentando la necesidad por parte de las personas de generar empresa y a su vez tener la oportunidad de ofrecer empleos dignos. Por ello con este proyecto se quiere lograr efectuar cambios en la comunidad con el fin de beneficiar a muchas personas por ende se ofrecería fuentes de trabajo con el fin principal de ofrecer 7 empleos (gerente, contador, operarios, distribuidores y vendedor) que pueden ayudar lucrativamente a las familias y a contribuir con el desempleo de este municipio, pero no solo un impacto social es las fuentes de trabajo otro aspecto importante que ofrecería el proyecto Distribuidora Polares es ofrecer productos de buena calidad lo que mitigaría enfermedades ya que muchos de los productos vienen empacados al vacío que se conserva, lo primordial es que los establecimientos de comidas rápidas satisfagan sus necesidades al comprar los productos llegando así a muchas más personas por medio de otras; este proyecto quiere que los productos ofrecidos sean accesibles a todas las personas que ofrecen este tipo de comida sin importar la condición social en la que se encuentren.

5. Módulo Financiero

5.1 Inversión

Tabla 10, Inversión inicial

Nº 1	Inversiones en Obras Físicas			
Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Años Vida Útil
Adecuaciones Locativas	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	10
Total			\$ 5.000.000	

Nº 2	Inversión en Maquinaria y Equipo			
Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Años Vida Útil
Computador	2	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000	5
Caja Registradora	1	\$ 989.500	\$ 989.500	5
Calculadora Manual	5	\$ 40.000	\$ 200.000	2
Teléfono inalámbrico	1	\$ 90.000	\$ 90.000	5
Teléfono de oficina	1	\$ 50.000	\$ 50.000	2
Caja Fuerte	1	\$ 141.990	\$ 141.990	10
Pesos	4	\$ 149.990	\$ 599.960	5
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
			\$ -	
Total			\$ 4.671.450	

Nº 3	Inversión en Muebles y Enseres			
Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Años Vida Útil
Congelador HZ Mabel 520L	1	\$ 1.539.900	\$ 1.539.900	10
Nevera	1	\$ 1.280.000	\$ 1.280.000	10
Tijera Multiusos	2	\$ 15.000	\$ 30.000	1
Vitrina Exhibidora Pan	2	\$ 315.350	\$ 630.700	10
Enfriador Botellero	1	\$ 5.439.900	\$ 5.439.900	10
Vitrina Refrigerada	1	\$ 4.100.000	\$ 4.100.000	10
Mesa Rimax	1	\$ 85.190	\$ 85.190	5

Sillas Rimax	4	\$ 34.990	\$ 139.960	5
Escritorio	2	\$ 699.990	\$ 1.399.980	5
Silla Giratoria Hergnomica	1	\$ 399.900	\$ 399.900	5
Silla Hergnomica	3	\$ 149.990	\$ 449.970	5
Archivador	1	\$ 290.000	\$ 290.000	5
Escalera Industrial	1	\$ 306.700	\$ 306.700	10
Rotuladores	4	\$ 11.000	\$ 44.000	2
Circuito cerrado Vigilancia	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	3
			\$ 17.636.200	

Detalle de la Inversión	Costo Total
Estudio de Pre-factibilidad	\$ 250.000
Estudio de Factibilidad	\$ 400.000
Montaje y puesta en Marcha	\$ 350.000
Imprevistos	\$ 200.000
Total Inversión en Activos Intangibles	\$ 1.200.000

La inversión que se contempla para el proyecto consta de máquinas, equipos, implementación para el local, implementación para la distribución, adaptaciones varias y capital de trabajo, donde la suma de esta inversión es de \$ 27.307.650.

5.2 Costos operacionales

Tabla 11, Costos operacionales mano directa e indirecta

Nº 5	Costo de Mano de Obra			
Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones sociales	Costo Total
Mano de Obra Directa				
Almacenista	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000	\$ 6.678.144	\$ 19.878.144
		\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -
		\$ -	\$ -	\$ -

		\$ -	\$ -	\$ -
Subtotal	\$ 1.100.000	\$ 13.200.000	\$ 6.678.144	\$ 19.878.144
Aux. de Oficios Varios	\$ 925.148	\$ 11.101.776	\$ 5.616.610	\$ 16.718.386
Subtotal	\$ 925.148	\$ 11.101.776	\$ 5.616.610	\$ 16.718.386
Total	\$ 2.025.148	\$ 24.301.776	\$ 12.294.754	\$ 36.596.530

Mano de obra directa. El costo de la mano obra directa es el que interviene en llevar el inventario recibir la mercancía es el almacenista Se calcula teniendo en cuenta las prestaciones sociales, seguridad social, etc.

Mano de obra indirecta. Son aquellos en el que se incurre para el mantenimiento del local y la mensajería de los productos. Se calcula teniendo en cuenta las prestaciones sociales, seguridad social, etc.

Tabla 12, Costo de materiales primer año de operación

Los valores de los insumos utilizados para cada producto fueron cotizados a precios mayoristas en el mes de noviembre del 2018. Los precios de los insumos fueron reajustados en un 3% cada año por motivos inflacionarios. El costo de cada insumo utilizado en cada producto se presenta en la siguiente tabla.

Nº 6	Costo de Materiales Primer Año de Operación			
Material	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	
Materiales Directos				Costo Total
Pan Tipo Perro (Pq)	Unidad	3,400	\$200	\$680,000
Pan tipo Perro (Md)	Unidad	3,500	\$320	\$1,120,000
Pan tipo Perro (Gd)	Unidad	1,300	\$390	\$507,000
Pan Tipo Hamburguesa (Md)	Unidad	1370	\$300	\$411,000
Pan Tipo Hamburguesa (Gd)	Unidad	1200	\$390	\$468,000

Harina de Trigo	Bolsa	500	\$680	\$340,000
Harina de Trigo	Bulto	90	\$82,000	\$7,380,000
Queso (costeño)	Libra/ 500g	300	\$3,500	\$1,050,000
Queso (Mozzarella)	Libra/ 500g	600	\$4,300	\$2,580,000
Queso (Cuajada)	Libra/ 500g	150	\$3,800	\$570,000
Pasta de Tomate	Bolsa/ 1000g	300	\$3,240	\$972,000
Pasta de Tomate	Tarro/ 5000g	200	\$1,920	\$384,000
Salsa Tartara	Bolsa/ 1000g	150	\$2,820	\$423,000
Salsa Mayonesa	Bolsa/ 1000g	160	\$2,760	\$441,600
Salsa Mostaza	Bolsa/ 1000g	200	\$1,240	\$248,000
Salsa de Soya	Tarro/ 1000g	200	\$3,000	\$600,000
Salsa para Carnes	Bolsa/ 1000g	200	\$3,600	\$720,000
Salsa Inglesa	Bolsa/ 1000g	230	\$4,680	\$1,076,400
Salsa de Piña	Bolsa/ 1000g	300	\$1,920	\$576,000
Salsa Rosada	Bolsa/ 1000g	150	\$2,820	\$423,000
Salsa BBQ	Bolsa/ 1000g	300	\$2,220	\$666,000
Palillos de Madera para mesa	Caja x 100	260	\$360	\$93,600
Palillos de Madera chuzo (Md)	Paq x 100	260	\$1,320	\$343,200
Palillos de Madera chuzo (Gd)	Paq x 100	260	\$2,100	\$546,000
Vasos Desechables	Paq x oz 7 02x50	3500	\$960	\$3,360,000
Cajas porta Comida	Paq x 200 u	600	\$21,600	\$12,960,000
Cajas porta Pizza	Paq x 100. 40 x 40	400	\$900	\$360,000
Platos Desechables	Paq x 25 u	500	\$2,100	\$1,050,000
Platos Desechables	Paq x 20 u	600	\$1,680	\$1,008,000
Cubiertos (Cucharas) Peq	Paq x 25 u	750	\$720	\$540,000
Cubiertos (Cucharas) Peq	Paq x 20u	400	\$720	\$288,000
Cubiertos (Cucharas) Med	Paq x 100 u	500	\$1,920	\$960,000
Cubiertos (Cucharas) Med	Paq x 50 u	480	\$900	\$432,000
Servilletas	Paq x 100	200	\$600	\$120,000
Recipientes Plasticos	Paq x Oz	310	\$2,500	\$775,000
Salchicha para Perro	Paq x 10	450	\$7,500	\$3,375,000
Salchicha para Perro	Paq x 20	380	\$12,700	\$4,826,000
Carne para Hamburguesa	Paq x 10	300	\$9,075	\$2,722,500
Carne para Hamburguesa	Paq x 20	350	\$18,150	\$6,352,500
Salami	Paq x 500g	200	\$11,820	\$2,364,000
Chirizo tipo Cervecero	Emb x 350g	220	\$9,490	\$2,087,800

Salchicha Tipo Maguera	Paq x 10	450	\$7,800	\$3,510,000
Papa pre-cocida	Paq x 1000g	500	\$11,490	\$5,745,000
Pechuga Abierta	Bandeja x 500g	340	\$4,500	\$1,530,000
				\$0
				\$0
Subtotal Materiales Directos				\$76,984,600
Materiales Indirectos				\$0
Bolsa de Empaque	Paq x 1000	2500	\$800	\$2,000,000
				\$0
				\$0
				\$0
				\$0
Subtotal Materiales Indirectos				\$2,000,000
Total		29,510		\$78,984,600

En relación a los costos variables, cabe mencionar que estos costos dependen en gran cantidad de las condiciones del mercado, dentro de esta variable se considera el costo que se incurre en los insumos, la porción que ocupan los costos de los insumos es aproximadamente el 71 por ciento del total de los costos variables, por esta razón, se les aplicara la variación del 10 por ciento, para saber cuál es su grado de influencia en los criterios de evaluación.

Los insumos básicos para la venta son la materia prima que se requiere para el funcionamiento de la distribuidora, los cuales están sujetos a cambios para los costos directos necesarios es de \$ 76,984,600, en cuanto a los materiales indirectos de tiene una inversión de \$2,000,000, el valor total de inversión para el primer año es de \$ 39.228.050.

Tabla 13, Costo de servicios públicos - primer año de operación

N° 7	Costo de Servicios- Primer Año de Operación			
Servicios	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Energía	Kw/hora	12	\$350.000	\$4.200.000
Acueducto	m³	12	\$120.000	\$1.440.000
Celular	Plan Pos	12	\$150.000	\$1.800.000
Total				\$7.440.000

En costo promedio de gastos por servicios públicos domiciliarios está proyectado por un valor de \$7.440.000.

Tabla 14, Gastos por depreciación

La depreciación es la asignación de una cuota que supone considerar el desgaste, agotamiento o envejecimiento de un activo de inversión, esta cuota se considera en el flujo de caja.

N° 8	Gastos por Depreciación							
Activos de Producción	Vida Útil	Costo del Activo	1	2	3	4	5	Valor Residual
Adecuaciones Local	10	\$ 5,000,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$2,500,000
Computador	5	\$ 2,600,000	\$520,000	\$520,000	\$520,000	\$520,000	\$520,000	\$0
Caja Registradora	5	\$ 989,500	\$197,900	\$197,900	\$197,900	\$197,900	\$197,900	\$0
Calculadora Manual	2	\$ 200,000	\$100,000	\$100,000	\$0	\$0	\$0	\$0
Teléfono inalámbrico	5	\$ 90,000	\$18,000	\$18,000	\$18,000	\$18,000	\$18,000	\$0
Teléfono de oficina	2	\$ 50,000	\$25,000	\$25,000	\$0	\$0	\$0	\$0
Caja Fuerte	10	\$ 141,990	\$14,199	\$14,199	\$14,199	\$14,199	\$14,199	\$70,995
Pesos	5	\$ 599,960	\$119,992	\$119,992	\$119,992	\$119,992	\$119,992	\$0
congelador HZ Mabel 520L	10	\$ 1,539,900	\$153,990	\$153,990	\$153,990	\$153,990	\$153,990	\$769,950
Nevera	10	\$ 1,280,000	\$128,000	\$128,000	\$128,000	\$128,000	\$128,000	\$640,000
Tijera Multiusos	1	\$ 30,000	\$30,000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Vitrina Exhibidora Pan	10	\$ 630,700	\$63,070	\$63,070	\$63,070	\$63,070	\$63,070	\$315,350
Enfriador Botellero	10	\$ 5,439,900	\$543,990	\$543,990	\$543,990	\$543,990	\$543,990	\$2,719,950
Vitrina Refrigerada	10	\$ 4,100,000	\$410,000	\$410,000	\$410,000	\$410,000	\$410,000	\$2,050,000
Mesa Rimax	5	\$ 85,190	\$17,038	\$17,038	\$17,038	\$17,038	\$17,038	\$0
Sillas Rimax	5	\$ 139,960	\$27,992	\$27,992	\$27,992	\$27,992	\$27,992	\$0

Escritorio	5	\$ 1,399,980	\$279,996	\$279,996	\$279,996	\$279,996	\$279,996	\$0
Silla Giratoria Ergonómica	5	\$ 399,900	\$79,980	\$79,980	\$79,980	\$79,980	\$79,980	\$0
Silla ergonómica	5	\$ 449,970	\$89,994	\$89,994	\$89,994	\$89,994	\$89,994	\$0
Archivador	5	\$ 290,000	\$58,000	\$58,000	\$58,000	\$58,000	\$58,000	\$0
Escalera Industrial	10	\$ 306,700	\$30,670	\$30,670	\$30,670	\$30,670	\$30,670	\$153,350
Rotuladores	2	\$ 44,000	\$22,000	\$22,000	\$0	\$0		\$0
circuito cerrado vigilancia	3	\$ 1,500,000	\$500,000	\$500,000	\$500,000	\$0	\$0	\$0
Total		\$ 27,307,650	\$3,929,811	\$3,899,811	\$3,752,811	\$3,252,811	\$3,252,811	\$9,219,595

En costo promedio de gastos por depreciación como lo muestra la tabla 14 va por años el cual culmina con un valor residual de \$9.219.595.

Tabla 15, Remuneración al personal administrativo

N° 9	Remuneración al Personal Administrativo			
Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Remuneración Total Anual
Gerente	\$1,500,000	\$18,000,000	\$9,106,560	\$27,106,560
Vendedor (1)	\$925,148	\$11,101,776	\$5,616,611	\$16,718,387
Cajero (1)	\$925,148	\$11,101,776	\$5,616,611	\$16,718,387
		\$0	\$0	\$0
		\$0	\$0	\$0
Total	\$3,350,296	\$40,203,552	\$20,339,781	\$60,543,333

Para la nómina del personal administrativo se hace una proyección para el primer año de \$60.543.333 la cual incluye las prestaciones sociales.

Tabla 16, Otros gastos administrativos

N° 10	Otros Gastos Administrativos	
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Elem de Aseo y Cafetería	\$120,000	\$1,440,000
Arrendamiento	\$550,000	\$6,600,000
Ind. Y Comercio	\$55,000	\$660,000

Útiles y Papelería	\$35,000	\$420,000
		\$0
Total		\$9,120,000

Los costos fijos son de suma importancia en un negocio, en el caso del proyecto desarrollado, el costo del arriendo junto otros gastos administrativos, y son estables por el primer año son los que ocupan un punto clave para el funcionamiento de la distribuidora, por lo tanto, son los que afectan en mayor cantidad a la suma de los costos fijos, es por esto que se desea saber cuál es su cambio ante variaciones como lo muestra la tabla 16 estos son por un valor de \$9.120.000.

Los costos fijos constan de pagos de remuneraciones, arriendo de locales, arriendo del centro de producción (CP), patentes, arriendo de máquinas, costo de seguro y gastos totales, que incluyen gastos de administración y ventas (marketing), gastos de transporte y gastos generales. Se consideraron todas las remuneraciones salvo las variables, las cuales pertenecen al gerente general y a los cocineros. Las remuneraciones fijas fueron reajustadas con un aumento anualmente de un 3% como lo mostraron las tablas anteriores.

Tabla 17, Gastos de venta

Nº 11	Gastos de Venta	
Detalle	Costo Anual	Observación
Publicidad	\$2.000.000	
Distribución	\$4.000.000	
Total	\$6.000.000	

En cuanto a los gastos de venta es necesario invertir en publicidad y distribución los cuales están representados para el primer año por un valor de \$6.000.000.

Tabla 18, Amortización de gastos diferidos

Nº 12	Amortización de Gastos Diferidos						
Activos	Plazo de Amortización	Costo del Activo	Valor Amortización Anual				
			1	2	3	4	5
Gastos Pre operativos	5	\$1.200.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000
Valor a Amortizar			\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000	\$240.000

Como lo muestra la tabla 18, en el caso de amortización de gastos diferidos los cuales se proyectaron por los 5 años expresados en esta propuesta.

Tabla 19, Distribución de costos

Nº 13	Distribución de Costos		
Detalle	Costo	Costos de Comercialización	
		Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Producción			
M de O. Directa	\$19,878,144		\$19,878,144
M de O. Indirecta	\$16,718,387	\$16,718,387	
Mat. Directos	\$76,984,600		\$76,984,600
Mat. Indirectos	\$2,000,000		\$2,000,000
Servicios	\$7,440,000		\$7,440,000
Depreciación	\$3,929,811	\$3,929,811	
Subtotal	\$126,950,942		
Gastos de Administración			
Sueldos y Presta	\$60,543,333	\$60,543,333	
Otros Gast Adm.	\$9,120,000	\$9,120,000	
Amortización	\$240,000	\$240,000	
Subtotal	\$69,903,333		
Gastos de Ventas			
Publicidad	\$2,000,000	\$2,000,000	
Distribución	\$4,000,000	\$4,000,000	

Subtotal	\$6,000,000		
Total		\$96,551,531	\$106,302,744

Haciendo la sumatoria de los costos de producción, gastos administrativos y gastos de ventas para el primer año se necesita una inversión total de \$106.302.744.

5.3 Cálculo del punto de equilibrio

Este análisis se realiza con la utilidad de identificar a que nivel de ventas se recupera la inversión realizada, se cubren los costos totales y se empiezan a obtener utilidades. Un punto de equilibrio dinámico es aquel que cambia con el tiempo y en donde en el transcurso del tiempo se van presentando cambios en los activos o en la inversión.

Se utilizó la inversión, precio promedio de los productos, precio de los insumos, costos fijos, costos variables e ingreso por ventas, de cada año para obtener el punto de equilibrio en cada uno de los años dentro del periodo de evaluación del proyecto.

Para calcular la cantidad d productos que es necesario vender para recuperar la inversión realizada cada año, para lo cual se utiliza la siguiente formula:

5.3.1 Punto de equilibrio

$$P.E = C_{ft} / P_{vu} - C_{vu}$$

$$C_{ft} = 96,551,531$$

$$C_{vu} = 106,302,744 / 39,576 = 2,686$$

$$P_{vu} = Ct / Q \quad 202,854,275 / 39,576 = 5,126$$

$$5,126 + (5,126 * 20 / 100 - 20)$$

$$6,407$$

$$P.E = 96,551,531 / 6,407 - 2,686 = 96,551,531 / 3,721 = 25,948.$$

Productos necesarios para la preparación y empaque de comidas rápidas mínimos a vender para obtener un punto de equilibrio donde no se obtienen ni ganancias, pero tampoco se incurre en pérdidas en el transcurso de un año.

5.3 Proyecciones financieras para el periodo de evaluación

Tabla 20, Programa de inversión fija del proyecto

Nº 14	Programa de Inversión Fija del Proyecto					
Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Activos Fijos Tangibles						
Obras Físicas	\$5,000,000					
Maquinaria y Equipos	\$4,671,450					
Muebles y Enseres	\$17,636,200					
Subtotal	\$27,307,650					
Activos Diferidos						
Gastos Pre-operativos	\$1,200,000					
Subtotal	\$1,200,000					
Total Inversión Fija	\$28,507,650					

Para el caso de inversión fija del proyecto se iniciará con una inversión fija de \$28, 507,650 como lo muestra la tabla 20.

Tabla 21, Inversión en capital de trabajo

Nº 15	Inversión en Capital de Trabajo				
Detalle	Años				
	0	1	2	3	4
Capital de Trabajo	\$16,557,039	\$677,183	\$704,880	\$733,709	\$763,718

El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Como se puede observar en la tabla 21, la inversión de capital de trabajo para el primer año es \$16, 557,039, el cual va disminuyendo en la proyección que se hizo para los años siguientes.

Tabla 22, Programa de inversión

Nº 16	Programa de Inversión					
Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversión Fija	\$28,507,650					
Capital de Trabajo	\$16,557,039	\$677,183	\$704,880	\$733,709	\$763,718	

En cuanto al tema de programa de inversión se tuvo en cuenta dos rubros, el primero de inversión fija por un valor de \$28, 507,650 y el segundo de capital de trabajo por un valor de \$16, 557,039.

Tabla 23, Valor residual de activos

Nº 17	Valor Residual de Activos				
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Activos de Producción					\$9,219,595
Subtotal activos de Producción					\$9,219,595
Vr. Residual Capital de Trabajo					\$19,436,529
Total Vr. Residual					\$28,656,124

El valor residual de activos es la sumatoria de los activos de producción y el valor real residual de capital de trabajo el cual da un valor de \$28, 656,124.

A continuación, se presentará el flujo de caja de la empresa entre los años 2018 a 2022, el cual fue confeccionado utilizando toda la información detallada en los puntos anteriores y constituye el escenario conservador de la presente evaluación económica.

Tabla 24, Flujo neto de inversión

N° 18		Flujo Neto de Inversión					
Concepto		Años					
		0	1	2	3	4	5
Inversión Fija		\$28,507,650					
Capital de Trabajo		\$16,557,039	\$677,183	\$704,880	\$733,709	\$763,718	
Valor Residual							\$28,656,124
Inversiones		\$45,064,689	\$677,183	\$704,880	\$733,709	\$763,718	\$28,656,124

Para el flujo de inversiones se tuvo en cuenta la inversión fija, el capital de trabajo dando como valor residual por los 5 años de \$28, 656,124.

Tabla 25, Presupuesto de ingresos

N° 19		Presupuesto de Ingresos				
Detalle		Años				
		1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas		\$253,563,432	\$263,934,176	\$274,729,084	\$285,965,504	\$297,661,493
Total Ingreso		\$253,563,432	\$263,934,176	\$274,729,084	\$285,965,504	\$297,661,493

En el caso del presupuesto de ingresos como se observa en la tabla 25, el cual de los ingresos por ventas a partir del segundo año.

Tabla 26, Presupuesto de costos de producción

N° 20		Presupuesto de Costos de Producción				
Detalle		Años				
		1	2	3	4	5
Costos Directos						
Materiales Directos		\$76,984,600	\$80,133,270	\$83,410,721	\$86,822,219	\$90,373,248
Mano de Obra Directa		\$19,878,144	\$20,691,160	\$21,537,429	\$22,418,309	\$23,335,218
Depreciación		\$3,929,811	\$4,090,540	\$4,257,843	\$4,431,989	\$4,613,258
Subtotal Costo Dr		\$100,792,555	\$104,914,970	\$109,205,993	\$113,672,518	\$118,321,724
Gastos Generales de Fab.						

Materiales Indirectos		\$2,000,000	\$2,081,800	\$2,166,946	\$2,255,574	\$2,347,827
M. Obra Indirecta		\$16,718,387	\$17,402,169	\$18,113,917	\$18,854,776	\$19,625,937
Servicios		\$7,440,000	\$7,744,296	\$8,061,038	\$8,390,734	\$8,733,915
Subtotal		\$26,158,387	\$27,228,265	\$28,341,901	\$29,501,084	\$30,707,679
Total		\$126,950,942	\$132,143,235	\$137,547,893	\$143,173,602	\$149,029,403

En la tabla 26 de puede observar el presupuesto de costos de producción que la sumatoria de los costos directos más los gastos generales el cual fue totalizado por 5 años.

Tabla 27, Presupuesto de gastos de administración

Nº 21	Presupuesto de Gastos de Administración				
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos y Prestaciones	\$60,543,333	\$63,019,555	\$65,597,055	\$68,279,975	\$71,072,626
Otros Gastos de Admón.	\$9,120,000	\$9,493,008	\$9,881,272	\$10,285,416	\$10,706,090
Amortización	\$240,000	\$240,000	\$240,000	\$240,000	\$240,000
Total	\$69,903,333	\$72,752,563	\$75,718,327	\$78,805,391	\$82,018,715

Para el caso del presupuesto de gastos de administración se tuvo en cuenta los rubros de sueldos y prestaciones sociales, otros gastos de administración y la amortización elaborando la proyección por los 5 años del proyecto como lo muestra la tabla 27.

Tabla 28, Presupuesto de gastos de ventas

Nº 22	Presupuesto de Gastos de Ventas				
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Publicidad	\$2,000,000	\$2,081,800	\$2,166,946	\$2,255,574	\$2,347,827
Distribución	\$4,000,000	\$4,163,600	\$4,333,891	\$4,511,147	\$4,695,653
Total	\$6,000,000	\$6,245,400	\$6,500,837	\$6,766,721	\$7,043,480

Para el presupuesto de gastos de ventas se hizo la sumatoria de los gastos de publicidad y distribución proyectados por cinco años como lo muestra la tabla 28.

Tabla 29, Presupuesto de costos operacionales

N° 23		Presupuesto de Costos Operacionales				
Detalle		Años				
		1	2	3	4	5
Costos de Producción		\$126,950,942	\$132,143,235	\$137,547,893	\$143,173,602	\$149,029,403
Gastos de Admón.		\$69,903,333	\$72,752,563	\$75,718,327	\$78,805,391	\$82,018,715
Gastos de Ventas		\$6,000,000	\$6,245,400	\$6,500,837	\$6,766,721	\$7,043,480
Total Costos Operacionales		\$202,854,275	\$211,141,198	\$219,767,057	\$228,745,714	\$238,091,598

En cuanto a tema de presupuesto de costos operacionales se hizo la proyección por cinco años como lo muestra la tabla 29 el cual incluye los costos de producción, gastos de administración y gastos de ventas.

5.4 Evaluación del proyecto

La metodología utilizada para la evaluación financiera consiste en elaborar los flujos netos de operación, de inversión y de caja, todos estos a precios constantes del año 2018, y a partir del flujo neto de caja calcular los indicadores más relevantes dentro del proyecto como son el Valor Presente N.

Los criterios de evaluación son los que se muestran a continuación:

Tabla 30. Indicadores de evaluación

	Aceptar	Rechazar
VPN	Positivo	Negativo
TIR	\geq a tasa de oportunidad	\leq a tasa de oportunidad
R B/C	≥ 1	≤ 1

Posterior a esto, se realizó un análisis de sensibilidad en el cual se modificaban algunas condiciones del proyecto para determinar la capacidad de respuesta del proyecto frente al cambio inesperado de dichas condiciones.

Tabla 31, Flujo neto de operación

N° 24	Flujo Neto de Operación				
Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos Operacionales	\$253,563,432	\$263,934,176	\$274,729,084	\$285,965,504	\$297,661,493
Egresos Operacionales	\$202,854,275	\$211,141,198	\$219,767,057	\$228,745,714	\$238,091,598
Utilidad Operacional	\$50,709,157	\$52,792,978	\$54,962,027	\$57,219,790	\$59,569,895
Impuestos	\$11,257,433	\$11,720,041	\$12,201,570	\$12,702,793	\$13,224,517
Utilidad Neta	\$39,451,725	\$41,072,937	\$42,760,457	\$44,516,996	\$46,345,378
Mas Depreciación	\$3,929,811	\$4,090,540	\$4,257,843	\$4,431,989	\$4,613,258
Mas Amortización	\$240,000	\$240,000	\$240,000	\$240,000	\$240,000
Flujo Neto de Operaciones	\$43,621,536	\$45,403,477	\$47,258,300	\$49,188,986	\$51,198,636

Para el caso del flujo neto de operación el cual hace la sumatoria por cinco años de los ingresos operacionales, egresos operacionales, la utilidad operacional, pago de impuestos como lo detalla la tabla 31.

Tabla 32, Flujo neto del proyecto

N° 25	Flujo Neto del Proyecto					
Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Inversion	\$45,064,689	\$677,183	\$704,880	\$733,709	\$763,718	\$28,656,124
Flujo Neto de Operación	\$0	\$43,621,536	\$45,403,477	\$47,258,300	\$49,188,986	\$51,198,636
Total Neto del Proyecto	\$45,064,689	\$42,944,353	\$44,698,597	\$46,524,591	\$48,425,268	\$22,542,512

Para el caso del flujo neto del proyecto durante los cinco años proyectados el cual resulta de la sumatoria del flujo neto de inversión y el flujo neto de operación se puede observar en la tabla 32 los resultados que se da en cada año.

5.4.1 Financiera, VPN, TIR Y R B/C:

VPN

0.17	(45,064,689)
	42,944,353
	44,698,597
	46,524,591
	48,425,268
	22,542,512
VPN	89,465,440

El resultado indica que con la inversión realizada en el proyecto se obtendrá una riqueza adicional de \$89, 465,440 por encima de la que obtendría al invertir en una alternativa de inversión que genere un 17% de rentabilidad.

TIR

	(45,064,689)
	42,944,353
	44,698,597
	46,524,591
	48,425,268
	22,542,512
TIR	93%

El resultado de la TIR indica que los dineros invertidos en el proyecto tienen una rentabilidad del 93% mayor a la tasa de oportunidad, lo cual indica que el proyecto es factible.

R B/C.

	42,944,353	
	44,698,597	
	46,524,591	
	48,425,268	
	22,542,512	
	205,135,321	45,064,689
R B/C	4.55	

De acuerdo al resultado de la R B/C podríamos decir que por cada peso invertido del proyecto se obtiene un ingreso de 4.55 por encima de la que genera la alternativa del 17%, siendo atractiva para un posible inversionista.

5.5 Fuentes de financiación

Programa de Inversiones

Tabla 33. Programa de Inversiones

INVERSION	
Estudio de Factibilidad	
Gastos de Organización y Legalización	
Gastos Financieros	
Maquinaria y Equipo	
Muebles y Enseres	
Equipo de Oficina	
Repuestos y Herramientas	
Inventario	
Gastos de Montaje	
Gastos de Puesta en Marcha	
Intereses	
Imprevistos	
Capital de trabajo	

A continuación, se presenta la fuente económica con financiamiento. Para esto muchos de los componentes del flujo de caja mencionados anteriormente se mantienen. Este es el caso de las inversiones que se deben realizar para llevar a cabo el proyecto, además de la depreciación que sufrirán los activos fijos.

Para la financiación también se mantuvieron los costos fijos y variables en los que se debe incurrir. Por último, se mantuvieron los ingresos que se perciben al llevar a cabo el proyecto. Al igual que el caso anterior, para todos estos componentes se consideró la etapa en que se encuentra el proyecto, especificando los valores en cada uno de éstos.

Se determinó que el financiamiento es por el monto total de la inversión, es decir, \$173.206.706.-. La deuda será cancelada en 5 cuotas anuales fijas y las amortizaciones se comenzarán a pagar desde el primer año. El crédito considera una tasa de 23% anual, puesto

que la tasa de crédito que entrega Banco de Bogotá, Bancolombia o Davivienda de acuerdo al monto del préstamo es 1,8% mensual.

Conclusiones

En el presente informe se desarrolló un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada al rubro de distribución de alimentos y otros enseres necesarios para el funcionamiento de restaurantes o puestos de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano. De esta forma se observó que los objetivos planteados inicialmente fueron cumplidos a cabalidad. Utilizando la metodología expuesta inicialmente se determinó la situación interna y externa, a nivel del negocio potencial situado en el rubro de la distribución de productos de excelente calidad.

Además, se definió dentro de este rubro, el mercado que se va a abordar. También, se realizó un estudio de mercado, en donde se estimó las características y preferencias de los productos valorados por el público objetivo, la demanda potencial y disposición a pagar de estos últimos. Luego, se realizó un plan de marketing, en donde se definieron los productos, los precios y la forma de venta y servicio de éstos.

Para la ejecución del proyecto se realizaron los planes de operaciones y recursos humanos. Por último, se desarrolló un plan económico y financiero, con el que se verificó su factibilidad.

A partir del análisis de la industria de la comida rápida e Investigación de mercado, se pudo concluir que existe una real oportunidad de negocio, que se basa en ofrecer productos para los establecimientos de comidas rápidas a través de una distribuidora, ubicándola en un lugar estratégico en el municipio, que tenga la característica de contar con un gran flujo de negocios de comidas rápidas como lo es la zona rosa del municipio y que poseen poco tiempo, y desean la materia prima para la elaboración de sus productos de forma inmediata como lo ofrece la Distribuidora Polaris a través del servicio a domicilio.

Finalmente se puede decir que la estrategia de la empresa es basada en diferenciación de productos y servicios. Esta consiste en ofrecer productos de alta calidad a un precio razonable

en conjunto con un servicio único, de alta rapidez e higiene. Todo esto para obtener ganancias en base a volúmenes de ventas más que por margen de cada producto, ya que se quiere aprovechar el eficiente sistema de ventas, en un alto flujo de restaurantes y puestos de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano.

Recomendaciones

El punto a seleccionar para la apertura de la distribuidora debe estar necesariamente muy cerca de la zona rosa de Montelíbano, para lograr las ventas propuestas.

Para un desarrollo armónico de la Distribuidora Polaris, es necesario expandir su mercado inicial en el futuro, con nuevos puntos de ventas y simultáneamente generar nuevas combinaciones de productos y nuevos productos que satisfagan las necesidades de sus clientes.

Se hace necesario ampliar su nicho de mercado con clientes que no tenga sus negocios en el municipio de Montelíbano pero que son municipios que pertenecen a la subregión del Alto San Jorge como Puerto Libertador, Uré, Buenavista entre otros y pertenecen a la zona de influencia de los puntos de ventas propuestos a futuro.

Para la Distribuidora Polaris, es fundamental llegar a acuerdos comerciales con los proveedores para lograr disminuir el costo del producto.

Bibliografía

- Aaker, D. &. (1996). *Investigación de Mercados* (Tercera Edición ed.). México: McGrawHill.
- Alcaldía de Montelíbano. (2018). *Generalidades del municipio de Montelíbano*. Montelíbano: Alcaldía Municipal.
- Alfredo, M. (2012). Origen y evolución del servicio Fast Food. Una perspectiva global. *Vertice*, 3.
- Amado, R. (26 de octubre de 2014). Recuperado el 22 de febrero de 2019
- DANE. (2018). *Proyecciones poblacional municipio de Montelíbano*. Bogotá: Dane.
- Dinero. (24 de noviembre de 2009). *www.dinero.com*. Obtenido de La oportunidad está en la basura: <http://www.dinero.com/green/seccion-patrocinios/articulo/la-oportunidad-esta-basura/84440>
- Kotler, P. &. (2006). *Dirección de Marketing* (Décimo Segunda Edición ed.). (M. d. Anta, Ed., & C. E.Rivera, Trad.) Bogotá: PrenticeHall.
- <https://www.sisinternational.com/investigacion-cuantitativa/>
- <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/como-es-el-mercado-de-comida-rapida-en-colombia/240021>
- Lago Moneo, J. R. (8 de agosto de 2011). *www.abc.es*. (E. B. Scholl, Ed.) Recuperado el 22 de febrero de 2019, de <http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/Sociedad/comida-rapida.pdf>
- Martínez, D. &. (2005). *Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a través del Cuadro de Mando Integral* (Vol. 1). (1, Ed.) Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Matus Lazo, R. (30 de noviembre de 2013). <https://www.elnuevodiario.com.ni/>. Recuperado el 20 de febrero de 2019, de <https://www.elnuevodiario.com.ni/>
<https://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/303565-hermanos-mcdonalds-reina-margarita-o-historia-comi/>
- <file:///C:/Users/Ana%20Maria/Downloads/MetodosRecoleccionInfo.pdf>
- Rafitas Comidas. (3 de agosto de 2011). <http://rafita-comidasrapidas.blogspot.com/>. Recuperado el 18 de febrero de 2019, de <http://rafita-comidasrapidas.blogspot.com/2011/08/rafita-comidas-rapidas.html>

Dinero. (16 de Abril de 2019). www.dinero.com. Mypimes Generan Alrededor del 67% de Empleo en Colombia. <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>

<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%C3%ADa%20y%20t%C3%A9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%C3%B3n_6060.pdf?sequence

ANEXOS

Anexos 1, Encuesta

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LAS EMPRESAS DE COMIDAS RÁPIDAS EN EL MUNICIPIO DE MONTELÍBANO.

PREGUNTAS:

1. ¿Su proveedor de insumos para la preparación y empaque de comidas rápidas es del municipio de Montelíbano? Si ____ No ____
2. ¿Está usted satisfecho con la atención brindada su proveedor de insumos para la preparación de comidas rápidas? Si ____ No ____
3. ¿Su proveedor de insumos de comidas rápidas le brinda el servicio de domicilio? Si ____ No ____
4. ¿La calidad de los productos ofrecidos por su proveedor llena sus expectativas? Si ____ No ____
5. ¿Cuál es su marca de carnes frías preferida?

ZENÚ	
DAN	
CUNI	
COLANTA	
RICA	

6. ¿Cuál es su marca de Salsas preferidas?

FRUCO	
SAN JORGE	
MEDALLA DE ORO	
LA CONSTANCIA	
RESPIN	
HEINZ	
POMPEYA	
MAGGI	

7. ¿Cada cuánto se reabastece de productos en su empresa?

DIARIO	
SEMANAL	
QUINCENAL	
MENSUAL	

8. ¿Cuánto compra cuando se reabastece?

PRODUCTO	CANTIDAD
Carnes Frías	
Quesos	
Salsas	
Pan y Derivados	
Desechables	

9. En caso de que su proveedor no sea del municipio de Montelíbano, adquiere sus productos en:

CAUCASIA	
PLANETA RICA	
MONTERÍA	
MEDELLÍN	

10. ¿Piensa usted que debería haber más distribuidoras de productos e insumos necesarios para la preparación de comidas rápidas en el municipio de Montelíbano? Si _ No ____

Anexos 2, Reglamentos

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

El presente es el Reglamento Interno de Trabajo prescrito por la empresa **DISTRIBUIDORA POLARIS S.A.S** representada legalmente por la señora **GENESYS BLANQUICETT DAYANA MILENA**, identificado con cédula de ciudadanía número **50.946.498**, con domicilio en el municipio de Montelíbano, Córdoba, en la dirección Cl 13 # 10-23 Av. los Estudiantes. Este reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, escritos o verbales, que se hayan celebrado o que se celebren en el futuro con todos los trabajadores.

CAPÍTULO I REQUISITOS DE ADMISIÓN

Artículo 1º: Quien aspire a tener un puesto o cargo en la empresa, deberá presentar solicitud por escrito.

A la solicitud aludida debe acompañar la siguiente documentación:

1. Certificado del último empleador con quien haya trabajado, en el cual se indique el tiempo de servicio, los cargos desempeñados y el último salario devengado;
2. Cédula de ciudadanía.
3. Los menores de 18 años, cuando son, sin embargo, mayores de 15 años, necesitan para celebrar contrato de trabajo, autorización escrita del Ministerio de Trabajo o de la primera autoridad local, a solicitud de los padres y, a falta de éstos, del Defensor de Familia.

CAPÍTULO II

TRABAJADORES OCASIONALES, ACCIDENTALES O TRANSITORIOS

Artículo 2º: Son trabajadores ocasionales, accidentales o transitorios los que realizan trabajos de corta duración, no mayor de un (1) mes, que se refieren a labores distintas a las actividades normales del empleador.

CAPÍTULO III

PERÍODO DE PRUEBA

Artículo 3º: La empresa podrá estipular en sus contratos de trabajo un período inicial de prueba que tendrá por objeto apreciar, por parte del mismo, las aptitudes del trabajador y, por parte de éste, la conveniencia de las condiciones de trabajo.

Artículo 4º: El período de prueba debe ser estipulado por escrito y en caso contrario, los servicios se entienden regulados por las normas generales del contrato de trabajo.

Artículo 5º: El período de prueba no puede exceder de dos (2) meses. En los contratos de trabajo a término fijo, cuya duración sea inferior a un (1) año, el período de prueba no podrá ser superior a la quinta (1/5) parte del término inicialmente pactado para el respectivo contrato, sin que pueda exceder de dos (2) meses.

Cuando entre un mismo empleador y trabajador se celebren contratos de trabajo sucesivos, no es válida la estipulación del período de prueba, salvo para el primer contrato.

Cuando el período de prueba se pacte por un plazo menor al de los límites máximos expresados, las partes pueden prorrogar antes de vencerse el período inicialmente estipulado, sin que el tiempo total de la prueba pueda exceder dichos límites.

Artículo 6º: El período de prueba puede darse por terminado unilateralmente en cualquier momento, sin previo aviso y sin indemnización alguna por el resto del tiempo pactado. Pero si expirado el período de prueba el trabajador continuare al servicio del empleador, con su consentimiento expreso o tácito, por ese solo hecho los servicios prestados por aquél a éste se considerarán regulados por las normas generales del contrato de trabajo desde la iniciación de dicho período de prueba.

Los trabajadores en período de prueba gozan de todas las prestaciones sociales.

CAPÍTULO IV

JORNADA ORDINARIA, HORARIO DE TRABAJO

Artículo 7º: Las horas de entrada y salida de los trabajadores son a la que a continuación se expresa así: Días laborable

De lunes a Domingo.

De lunes a viernes:

De 8:00 am a 12:00 md y de 2:00 pm hasta las 6 pm.

Los sábados:

De 10:00 am a 1:00pm y de 3pm hasta las 10:00 pm.

Los domingos:

De 03:00am a 7:30pm

PARÁGRAFO: Los tiempos de interrupción de la jornada no se computan dentro de la misma, de conformidad con lo previsto en el artículo 167 del Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 8º: La duración de la jornada ordinaria de trabajo de ocho (8) horas al día y cuarenta y ocho (48) a la semana, tiene las siguientes excepciones:

1. En las labores que sean especialmente insalubres o peligrosas, el gobierno puede ordenar la reducción de la jornada de trabajo de acuerdo con dictámenes al respecto;

2. La duración máxima legal de la jornada de trabajo del menor se sujetará a las siguientes reglas:

2.1. Los mayores de quince (15) y menores de diecisiete (17) años solo podrán trabajar en jornada diurna máxima de (6) horas diarias y treinta (30) horas a la semana y hasta las 6 de la tarde.

2.2. La jornada de trabajo del adolescente de diecisiete (17) años sólo podrá ser de ocho (8) horas diarias y cuarenta horas (40) a la semana, hasta las 8.00 de la noche

Artículo 9º: Cuando la naturaleza de la labor no exija actividad continuada y se lleve a cabo por turnos de trabajadores, la duración de la jornada puede ampliarse en más de ocho (8) horas, o en más de cuarenta y ocho (48) horas semanales, siempre que el promedio de las horas de trabajo calculado para un período que no exceda de tres semanas, no pase de ocho (8) horas diarias ni de cuarenta y ocho (48) a la semana. Esta ampliación no constituye trabajo suplementario o de horas extras.

Artículo 10º: No habrá limitación de jornada para los trabajadores que desempeñen cargos de dirección, de confianza o de manejo, ni para los que se ocupen en actividades discontinuas o intermitentes y los de simple vigilancia, cuando residan en el lugar o sitio de trabajo, en los términos legales, todos los cuales deberán trabajar todo el tiempo que fuere necesario para cumplir completamente con sus deberes, sin que el servicio prestado fuera del horario antedicho constituya trabajo suplementario.

Artículo 11º: El empleador y el trabajador pueden acordar en forma temporal o indefinidamente la organización de turnos de trabajo sucesivos, que permitan operar a la empresa sin solución de continuidad durante todos los días de la semana, siempre y cuando el respectivo turno no exceda de seis (8) horas al día y treinta y seis (48) a la semana.

En este caso no habrá lugar al recargo nocturno ni al previsto para el trabajo dominical o festivo, pero el trabajador devengará el salario correspondiente a la jornada ordinaria de trabajo, respetando siempre el mínimo legal o convencional y tendrá derecho a un día de descanso remunerado.

PARÁGRAFO: En el evento previsto en este artículo, el empleador no podrá, aun con el consentimiento del trabajador, contratarlo para la ejecución de dos (2) turnos en el mismo día, salvo en labores de supervisión, dirección, confianza o manejo.

Artículo 12º: Excepciones en casos especiales. El límite máximo de horas de trabajo previsto en el artículo 161 del C.S.de T., puede ser elevado por orden del empleador y sin permiso del Ministerio de Trabajo, por razón de fuerza mayor, caso fortuito, de amenazar u ocurrir algún accidente o cuando sean indispensables trabajos de urgencia que deban efectuarse en las máquinas o en la dotación de la empresa; pero únicamente se permite el trabajo en la medida necesaria para evitar que la marcha normal del establecimiento sufra perturbación grave.

El empleador debe anotar en un registro, ciñéndose a las indicaciones anotadas en el artículo anterior, las horas extraordinarias efectuadas de conformidad con el presente artículo.

Artículo 13º: El representante legal previo convenio con sus trabajadores podrá alargar algunas jornadas hasta por dos (2) horas diarias, acortando otras, pero sin que el total del trabajo en la semana exceda de cuarenta y ocho (48) horas, con el fin exclusivo de permitir a los trabajadores el descanso el sábado.

El empleador y el trabajador pueden acordar que la jornada de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis (6) días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este caso el número de horas diarias podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6:00 a.m. a 10:00 p.m.

CAPÍTULO V

HORAS EXTRAS Y TRABAJO NOCTURNO

Artículo 14º: Trabajo suplementario o de horas extras es el que excede de la jornada ordinaria y en todo caso, el que excede de la máxima legal.

Artículo 15º: El trabajo suplementario o de horas extras se pagará por la empresa, en cada caso, así: si es entre las 6:00 a.m. y las 10:00 p.m., con un recargo del veinticinco (25%) por ciento sobre el valor del trabajo ordinario diurno, y si es entre las 10:00 p.m. y las 6:00 a.m., con un recargo del setenta y cinco (75%) por ciento sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

Artículo 16º: El trabajo realizado entre las 10:00 p.m. y las 6:00 a.m., se remunerará por la empresa, en cada caso, con un recargo del treinta y cinco (35%) por ciento sobre el valor del trabajo ordinario diurno.

Artículo 17º: Trabajo diurno es el comprendido entre las 6:00 a.m. y las 10:00 p.m. Trabajo nocturno es el comprendido entre las 10:00 p.m. y las 6:00 a.m.

Artículo 18º: El pago del trabajo suplementario o de horas extras y el del recargo por trabajo nocturno se efectuará junto con el del salario ordinario, o a más tardar con el salario del período siguiente.

CAPÍTULO VI

DÍAS DE DESCANSO OBLIGATORIO

Artículo 19º: Serán días de descanso obligatorio remunerado, de acuerdo con la legislación actual, y entre tanto no sea modificada por nuevas disposiciones, los domingos y los siguientes días de fiesta de carácter civil o religioso: 1º de enero, 6 de enero, 19 de marzo, 1º de mayo, 29 de junio, 20 de julio, 7 de agosto, 15 de agosto, 12 de octubre, 1º de noviembre, 11 de noviembre, 8 de diciembre y 25 de diciembre; además los jueves y Viernes Santos.

El descanso en los domingos y demás días expresados en este artículo tienen una duración mínima de 24 horas.

El descanso remunerado del 6 de enero, 19 de marzo, 29 de junio, 15 de agosto, 12 de octubre, 1º de noviembre, 11 de noviembre, cuando no caigan en lunes se trasladará al lunes siguiente a dicho día.

Las prestaciones y derechos que para el trabajador origina el trabajo en los días festivos, se reconocerá en relación con el día de descanso remunerado establecido en el inciso inmediatamente anterior.

Artículo 20º: La empresa no estará obligada a dar el descanso dominical cuando se labore la jornada de treinta y seis horas, prevista en el artículo 20 literal c) de la Ley 50 de 1990, modificado por el artículo 51 literal c) de la Ley 789 de 2002.

Artículo 21º: El empleador podrá convenir con el trabajador su día de descanso obligatorio el día sábado o domingo y, en el evento de que convenga que sea el sábado, éste será reconocido en todos sus aspectos como descanso obligatorio institucionalizado.

Artículo 22º: Cuando el empleador y el trabajador convengan la jornada flexible de que trata el literal d) del artículo 51 de la Ley 789 de 2002, el día de descanso semanal podrá darse en cualquier día de la semana.

Artículo 23º: La empresa sólo estará obligado a remunerar el descanso dominical a los trabajadores que habiéndose obligado a prestar sus servicios en todos los días laborales de la semana no falten al trabajo, o que, si faltan, lo hayan hecho por justa causa o por culpa o disposición del empleador. Se entiende por justa causa el accidente, la enfermedad, la calamidad doméstica, la fuerza mayor o el caso fortuito. No tiene derecho a la remuneración del descanso dominical el trabajador que deba recibir por ese mismo día un auxilio o indemnización en dinero por enfermedad o accidente de trabajo. Para los efectos de la remuneración del descanso dominical, los días de fiesta no interrumpen la continuidad y se computan como si en ellos se hubiera prestado el servicio por el trabajador.

Cuando la jornada de trabajo convenida por las partes, en días u horas, no implique la prestación de servicios en todos los días laborables de la semana, el trabajador tendrá derecho a la remuneración del descanso dominical en proporción al tiempo laborado.

Artículo 24º: La remuneración correspondiente al descanso en los días de fiesta de carácter civil o religioso, distintos del domingo, señalada en el artículo 22 de este reglamento, se liquidará como para el descanso dominical, pero sin que haya lugar a descuento por faltas al trabajo.

Artículo 25º: El trabajador que labore excepcionalmente el descanso obligatorio por disposición del empleador tiene derecho a un descanso compensatorio remunerado, o a una retribución en dinero, a su elección.

Si opta por el descanso compensatorio, éste se le puede dar en alguna de las siguientes formas:

1. En otro día laborable de la semana siguiente; o
2. Si se trata de domingo, desde el mediodía, o sea las 13 horas (1:00 p.m.) del domingo, hasta el mediodía, o sea las 13 horas (1:00 p.m.) del lunes.

Artículo 26º: Los trabajadores que habitualmente tengan que trabajar el día domingo u otros días de descanso obligatorio, deben gozar precisamente de descansos compensatorios remunerados, sin perjuicio de la retribución en dinero, que, con los recargos legales deben recibir por el trabajo en aquellos días. Excepto en los casos de los artículos 23, 24 y 25.

Artículo 27º: 1. Como remuneración por el descanso, el trabajador a jornal debe recibir el salario ordinario sencillo, aún en el caso de que el descanso dominical coincida con una fecha que la ley señale también como descanso remunerado.

2. En todo sueldo se entiende comprendido el pago del descanso en los días en que es legalmente obligatorio y remunerado.

Artículo 28º: Cuando por motivo de cualquier fiesta no determinada en el artículo 22 de este reglamento la empresa suspendió el trabajo, está obligado a pagar el salario de ese día, como si se hubiere realizado. Pero el trabajador no está obligado a pagarlo cuando hubiere mediado convenio expreso para la suspensión del trabajo o su compensación en otro día hábil, o cuando la suspensión o compensación estuviere prevista en reglamento, pacto, convención colectiva o fallo arbitral. Este trabajo compensatorio se remunerará sin que se entienda como trabajo suplementario o de horas extras.

Artículo 29º: Cuando se trate de trabajos habituales o permanentes en domingo, la empresa debe fijar en lugar público del establecimiento, con una anticipación de doce (12) horas por lo menos, la relación del personal de trabajadores que por razones de servicio no puedan disponer del descanso dominical. En esta relación se incluirá también el día y las horas de descanso compensatorio.

CAPÍTULO VII

PAGO DEL TRABAJO DOMINICAL Y FESTIVO

Artículo 30º: El trabajo en domingo y festivos se remunerará con un recargo del setenta y cinco por ciento (75%) sobre el salario ordinario en proporción a las horas laboradas.

Si con el domingo coincide otro día de descanso remunerado sólo tendrá derecho el trabajador, si trabaja, al recargo establecido en el inciso anterior.

Parágrafo. Cuando el empleador convenga con el trabajador que su día de descanso obligatorio sea el sábado, este será reconocido en todos sus aspectos como descanso dominical obligatorio institucionalizado.

Artículo 31º: En el caso de la jornada de treinta y seis (36) horas semanales previsto en el artículo 51 literal c) de la Ley 789 de 2002, el trabajador no tiene derecho al pago de trabajo dominical ni festivo, cuando labore en estos días.

Artículo 32º: En el caso de la jornada flexible del literal d) del artículo 51 de la Ley 789 de 2002, el trabajador no tiene derecho al pago de trabajo dominical o festivo, cuando labore estos días.

CAPÍTULO VIII

VACACIONES REMUNERADAS

Artículo 33º: Los trabajadores que hubieren prestado sus servicios durante un año tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas.

Artículo 34º: La época de las vacaciones debe ser señalada por el empleador a más tardar para dentro del año subsiguiente a aquel en que se hayan causado y deben ser concedidas oficiosamente o a petición del trabajador, sin perjudicar el servicio y la efectividad del descanso.

El empleador tiene que dar a conocer al trabajador con quince (15) días de anticipación la fecha en que le concederá vacaciones.

Artículo 35º: Cuando el contrato de trabajo termine sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones ya causadas, o cuando dentro de su vigencia haya lugar a la compensación en dinero, se tendrá como base para tal compensación el último salario devengado.

PARÁGRAFO: Cuando el contrato de trabajo termine sin que el trabajador hubiere disfrutado de vacaciones, la compensación de éstas en dinero procederá proporcionalmente por fracción de año.

Artículo 36º: Es prohibido compensar en dinero las vacaciones, sin embargo, el Ministerio de Trabajo podrá autorizar que se pague en dinero hasta la mitad de éstas, en casos especiales de perjuicio para la economía nacional o la industria.

En todo caso, el trabajador gozará anualmente, por lo menos, de seis (6) días hábiles continuos de vacaciones, los que no son acumulables. Sin embargo, las partes pueden convenir en acumular los días restantes de vacaciones hasta por dos años.

La acumulación puede ser hasta por cuatro (4) años, cuando quiera que se trate de trabajadores técnicos, especializados, de confianza, de manejo o de extranjeros que presten sus servicios en lugares distintos a los de la residencia de sus familiares.

Si el trabajador goza únicamente de seis (6) días de vacaciones en un año, se presume que acumula los días restantes de vacaciones a los posteriores, de acuerdo a lo prescrito en este artículo.

PARÁGRAFO: Queda prohibida la acumulación de vacaciones para los trabajadores menores de 18 años, quienes deberán disfrutarlas en su totalidad durante el período de vacaciones escolares inmediatamente posterior al cumplimiento del año de trabajo.

Artículo 37º: La empresa puede determinar para todos o para parte de sus trabajadores una época fija para las vacaciones simultáneas y si así lo hiciere para los que en tal época no llevaran un año cumplido de servicios, se entenderá que las vacaciones de que gocen son anticipadas y se abonarán a las que se causen al cumplir cada uno el año de servicios.

Artículo 38º: Durante el período de vacaciones, el trabajador recibirá el salario ordinario que esté devengando el día en que comience a disfrutar de ellas. En consecuencia, sólo se excluirán para la liquidación de vacaciones el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras.

Cuando el salario sea variable, las vacaciones se liquidarán con el promedio de lo devengado por el trabajador en el año inmediatamente anterior a la fecha en que se concedan, pero no se incluirá en dicho promedio el valor del trabajo en días de descanso obligatorio y el valor del trabajo suplementario o de horas extras.

Si se presenta interrupción justificada del disfrute de las vacaciones, el trabajador no pierde el derecho de reanudarlas.

CAPÍTULO IX

PERMISOS NO REMUNERADOS

Artículo 39º: La empresa otorgará los permisos remunerados y no remunerados que la ley establezca en beneficio de sus trabajadores. En todo caso el empleador reconocerá permisos para el desempeño de cargos oficiales de forzosa aceptación; para ejercer el derecho de sufragio; por razón de grave calamidad doméstica debidamente comprobada; para desempeñar comisiones sindicales inherentes a la organización; o para asistir al entierro de sus compañeros, se concederá a los trabajadores permisos no remunerados para faltar al trabajo, en las siguientes condiciones:

1. Que el aviso se dé con la debida anticipación al jefe respectivo, exponiendo el motivo del permiso, excepto en el caso de grave calamidad doméstica, en el que el aviso debe darse dentro de los tres (3) días siguientes a aquél en que haya ocurrido.
2. Que el número de los que se ausenten en los dos últimos casos previstos en el inciso 1º del presente artículo, no sea tal que perjudique la marcha del establecimiento, a juicio del representante del empleador.
3. Que, salvo convenio en contrario, el valor del tiempo empleado en los permisos sea descontado del pago siguiente, excepto cuando el jefe respectivo autorice compensar el tiempo faltante con trabajo igual en horas distintas a las del turno ordinario.

PARÁGRAFO: El menor trabajador tendrá derecho a la capacitación y se le otorgará permiso no remunerado cuando la actividad escolar así lo requiera.

CAPÍTULO X

SALARIO, MODALIDADES Y PERÍODOS DE PAGO

SALARIO MÍNIMO

Artículo 40º: Salvo en los casos especiales en que se convenga pagos parciales en especie, el salario se cubrirá en dinero o en cheque al trabajador, directamente o mediante consignación en una cuenta corriente o de ahorros a su nombre, o a la persona que él autorice por escrito, previo acuerdo con el trabajador. Los pagos se efectuarán por quincenas vencidas los días 15 de cada mes y el último día calendario de cada mes.

De todo pago, el trabajador o el que lo cobre en virtud de su autorización escrita, firmará recibos en cuadros o comprobantes individuales o colectivos, según lo disponga la empresa, y cuando aquél o éste no sepan firmar, lo hará a ruego cualquiera de los compañeros de trabajo. Cuando se trate de transferencia electrónica será válido el recibo que expida la entidad.

Artículo 41º: El pago del sueldo cubre el de los días de descanso obligatorio remunerado que se interponga en el mes.

Artículo 42º: La empresa pagará el salario mínimo que sea obligatorio en cada caso. A los trabajadores para quienes sea aplicable el salario mínimo, pero que, por razón del servicio contratado, o por disposiciones legales, sólo estén obligados a trabajar un número de horas inferior a las de la jornada legal, se les computará tal salario mínimo con referencia a las horas que trabajen, con excepción de la jornada especial de treinta y seis horas prevista en el artículo 20 de la Ley 50 de 1990, modificado por el 51 de la Ley 789 de 2002.

PARÁGRAFO: Cuando un trabajador devengue el salario mínimo legal, el valor por concepto de salario en especie no podrá exceder del treinta por ciento (30%).

CAPÍTULO XI

HIGIENE, SERVICIOS MÉDICOS

Artículo 43º: Los trabajadores deberán someterse a todas las medidas de higiene que prescriban las autoridades del ramo en general, y en particular las que ordene la empresa así:

1. El trabajador debe someterse a los exámenes médicos particulares o generales que prescriban el empleador o la Entidad promotora de salud (EPS), en los períodos que éstas fijen por medio de sus representantes.
2. El trabajador debe someterse a los tratamientos preventivos que ordene el médico del empleador o de la Entidad Promotora de Salud (EPS) y en caso de que el trabajador se enferme, debe seguir las instrucciones y tratamientos que éstos ordenen.

Artículo 44º: Todo trabajador que se sienta enfermo deberá comunicarlo a su superior inmediato dentro del primer día de enfermedad, y éste hará lo conducente para que sea examinado por el médico correspondiente, a fin de que certifique si puede o no continuar con el trabajo. Si el trabajador no diere el aviso mencionado o no se sometiera a la visita o exámenes previstos, se considerará que su falta de asistencia es injustificada para los efectos a que haya lugar, a menos que demuestre que estuvo en absoluta imposibilidad de dar aviso y de someterse a la visita y examen médico.

Artículo 45º: Los servicios médicos que requieran los trabajadores se prestarán por la Entidad Promotora de Salud (E.P.S.).

CAPÍTULO XII

PRESCRIPCIONES DE ORDEN:

Artículo 46º: Los trabajadores, como deberes generales, tienen los siguientes:

1. Respeto y subordinación para con sus superiores.
2. Respeto para con sus compañeros de trabajo.
3. Procurar completa armonía e inteligencia con sus superiores y con sus compañeros de trabajo, en las relaciones personales y en la ejecución de las labores.
4. Guardar buena conducta en todo sentido y prestar espíritu de especial colaboración en el orden moral y disciplinario.
5. Ejecutar los trabajos que se les confíen con honradez, buena voluntad y de la mejor manera posible.
6. Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar, por conducto del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosamente.
7. Ser verídico en todo caso.
8. Recibir y aceptar las órdenes, instrucciones y correcciones relacionadas con el trabajo y con la conducta en general, en su verdadera intención que es la de encaminar y perfeccionar los esfuerzos en provecho propio y de la empresa en general.
9. Permanecer durante la jornada de trabajo en lugar visible del sitio o lugar donde debe desempeñar su oficio, no pudiendo, por consiguiente, salvo orden superior o por requerirlo el servicio, pasar a otras dependencias de la empresa o ausentarse de su puesto.

10. Observar rigurosamente las medidas y precauciones que se le indiquen, para el manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo.

CAPÍTULO XIII

RIESGOS PROFESIONALES, PRIMEROS AUXILIOS

EN CASOS DE ACCIDENTES DE TRABAJO

Artículo 47º: Todos los trabajadores están obligados a observar rigurosamente las instrucciones de las autoridades y del empleador o de sus representantes, relativas a la prevención de las enfermedades y al manejo de las máquinas y elementos de trabajo para evitar accidentes.

Artículo 48º: En caso de accidente no mortal, aún el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador lo comunicará inmediatamente al jefe respectivo o al Administrador de la empresa, o al empleado que haga sus veces, para que éstos procuren los primeros auxilios, provean la asistencia médica y el tratamiento oportuno.

La empresa no responderá de la agravación que se presente en las lesiones o perturbaciones causadas por el accidente, por razón de no haber dado el trabajador el aviso correspondiente o haberlo demorado sin justa causa.

Artículo 49º: De todo accidente se llevará registro, en libro especial, con indicación de la fecha, hora, sector y circunstancias en que ocurrió, nombre de los testigos presenciales, si los hubiere, y en forma sintética, lo que éstos pueden declarar.

CAPÍTULO XIV

ORDEN JERÁRQUICO DE LA EMPRESA

Artículo 50º: Para efectos de autoridad y ordenamiento de la empresa, la jerarquía será ejercida en la siguiente forma:

GERENTE: Dayana Milena Geneys Blanquicet.

SUPLENTE: Yesica Johana Múnera Franco.

Artículo 51º: Tienen autoridad y facultad para impartir órdenes e imponer sanciones en la empresa el representante legal y el administrador antes mencionados y aquellas personas a quienes el representante legal y el administrador les de tales atribuciones.

CAPÍTULO XV

LABORES PROHIBIDAS PARA MENORES

Artículo 52º: Queda prohibido someter a trabajo nocturno a los menores de 18 años.

Los menores de 18 años, no podrán ser empleados en los oficios que a continuación se enumeran, por cuanto suponen exposición severa a riesgos para su salud o integridad física:

1. Trabajos que tengan que ver con sustancias tóxicas o nocivas para la salud.
2. Trabajos a temperaturas anormales o en ambientes contaminados o con insuficiente ventilación.
3. Trabajos donde el menor de edad esté expuesto a ruidos que sobrepasen ochenta (80) decibeles.
4. Trabajos donde tenga que manipular sustancias radioactivas, pinturas luminiscentes, rayos X, o que impliquen exposición a radiaciones ultravioletas, infrarrojas y emisiones de radio frecuencia.

5. Todo tipo de labores que impliquen exposición a corrientes eléctricas de alto voltaje.
6. Actividades que impliquen el manejo de sustancias explosivas, inflamables o cáusticas.
7. Trabajos de pintura industrial que entrañen el empleo de cerusa, del sulfato de plomo o de cualquier otro producto que contenga dichos elementos.
8. Trabajos en máquinas esmeriladoras, afilado de herramientas, en muelas abrasivas de alta velocidad y en ocupaciones similares.
9. Trabajos y operaciones que involucren la manipulación de cargas pesadas.
10. Trabajo en aquellas operaciones y/o procesos en donde se presenten altas temperaturas y humedad.

Los menores de dieciocho (18) años no serán empleados en trabajos que afecten su moralidad.

CAPÍTULO XVI

OBLIGACIONES ESPECIALES PARA

LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES

Artículo 53º: Son obligaciones especiales de la empresa:

1. Poner a disposición de los trabajadores, salvo estipulación en contrario, los instrumentos adecuados y las materias primas necesarias para la realización de las labores.
2. Procurar a los trabajadores, locales apropiados y elementos adecuados de protección contra los accidentes y enfermedades profesionales, en forma que se garanticen razonablemente la seguridad y la salud.
3. Prestar inmediatamente los primeros auxilios en caso de accidente o enfermedad. A este efecto en toda la empresa, deberá mantenerse lo necesario, según reglamentación de las autoridades sanitarias.
4. Pagar la remuneración pactada, en las condiciones, períodos y lugares convenidos.
5. Guardar absoluto respeto a la dignidad personal del trabajador, a sus creencias y sentimientos.
6. Conceder al trabajador las licencias necesarias para los fines y en los términos indicados en el capítulo IX de este reglamento. Se concederá igualmente permiso a los menores, para asistir a su estudio académico.
7. Dar al trabajador que lo solicite, a la expiración del contrato, una certificación en que conste el tiempo de servicios prestados, la índole de la labor y el salario devengado.
8. Cumplir con lo prescrito en el presente Reglamento y mantener en la empresa el orden, la moralidad y el respeto a las leyes.
9. Garantizar el acceso del trabajador menor de dieciocho (18) años de edad a la capacitación laboral y concederle licencia no remunerada cuando la actividad académica así lo requiera.

Artículo 54º: Son obligaciones especiales del trabajador:

1. Realizar personalmente la labor que le haya sido asignada, en los términos estipulados; observar los preceptos del presente reglamento y acatar y cumplir las órdenes e instrucciones que de modo particular le impartan el empleador o sus representantes, según el orden jerárquico establecido.

2. No comunicar a terceros, salvo autorización expresa, las informaciones que tenga sobre su trabajo, especialmente sobre las cosas que sean de naturaleza reservada o cuya divulgación pueda ocasionar perjuicios al empleador, por ejemplo: información sobre procesos, materias primas utilizadas, despachos, clientes, y en general, dar información sobre cualquier aspecto de la empresa que, como se indicó antes pueda afectarla, lo que no obsta para denunciar los delitos o violaciones del contrato o de las normas legales del trabajo, ante las autoridades competentes.
3. Conservar y restituir en buen estado, salvo el deterioro natural, los instrumentos y útiles que le hayan sido facilitados y las materias primas sobrantes.
4. Guardar rigurosamente la moral en las relaciones con sus superiores y compañeros.
5. Comunicar oportunamente al empleador las observaciones que estime conducentes para evitarle daños y perjuicios.
6. Prestar la colaboración posible en casos de siniestro o de riesgos inminentes, que afecten o amenacen a las personas o a las cosas del establecimiento.
7. Observar con la mayor diligencia y cuidado las normas de aseo personal y del sitio de trabajo o equipo asignado.
8. Observar las medidas higiénicas previstas en el reglamento de Higiene.
9. Observar con suma diligencia y cuidado las instrucciones y órdenes impartidas para prevenir accidentes o de enfermedades profesionales.
10. Registrar en la oficina de la empresa: su domicilio, dirección y teléfono, y dar aviso oportuno de cualquier cambio que ocurra.
11. Estar debidamente dispuesto, con su uniforme de trabajo, en su puesto de trabajo a la hora exacta en que empieza su turno y permanecer en él hasta la terminación de su jornada o hasta que llegue la persona que debe recibirle el turno. Prestar sus servicios de manera puntual, cuidadosa y diligente.
12. Informar cualquier tipo de enfermedad o accidente y someterse a los exámenes y tratamientos médicos que se le ordenen.
13. Asistir a cursos, charlas, conferencias, reuniones, etc., sobre temas relacionados con la calidad, la seguridad industrial, la producción, las ventas etc., programados por la empresa u ordenados por ésta.
14. Manipular cuidadosamente y de acuerdo con las instrucciones recibidas, las máquinas, herramientas, los productos, elementos de trabajo, etc., para evitar su pérdida o deterioro.
15. Acatar y cumplir los programas complementarios de salud ocupacional, Seguridad industrial establecidos por la empresa o la A.R.L.
16. Dar un uso adecuado al Internet y a las licencias de software, y exclusivamente para los fines relacionados con el trabajo asignado.

CAPÍTULO XVII

PROHIBICIONES ESPECIALES PARA LA

LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES

Artículo 55º: Se prohíbe a la empresa:

1. Deducir, retener o compensar suma alguna del monto de salario y prestaciones en dinero que corresponda a los trabajadores, sin autorización previa y escrita de éstos para cada caso, o sin mandamiento judicial, con excepción de los siguientes:

1.1. Respecto de salarios, pueden hacerse deducciones, retenciones o compensaciones en los casos autorizados por artículos 113, 151, 152 y 400 del Código Sustantivo de Trabajo.

1.2. Las cooperativas pueden ordenar retenciones hasta por un cincuenta por ciento (50%) de salarios y prestaciones, para cubrir sus créditos, en la forma y en los casos en que la ley las autorice.

2. Obligar en cualquier forma a los trabajadores a comprar mercancías en almacenes o proveedurías que establezca la empresa.

3. Exigir o aceptar dinero del trabajador como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por otro motivo cualquiera que se refiere a las condiciones de éste.

4. Limitar o presionar en cualquier forma a los trabajadores en el ejercicio de su derecho de asociación.

5. Imponer a los trabajadores obligaciones de carácter religioso o político o dificultades o impedirles el derecho del sufragio.

6. Hacer, autorizar o tolerar propaganda política en los sitios de trabajo.

7. Hacer o permitir cualquier género de rifas, colectas o suscripciones en los mismos sitios.

8. Emplear en las certificaciones de que trata el ordinal 7º del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo, signos convencionales que tiendan a perjudicar a los interesados, adoptar el sistema de “lista negra”, cualquiera que sea la modalidad que utilice, para que no se ocupe en otras empresas a los trabajadores que se separen o sean separados del servicio.

9. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los trabajadores o que ofenda su dignidad.

Artículo 56º: Se prohíbe a los trabajadores:

1. Sustraer de la fábrica, taller o establecimiento de trabajo, útiles de trabajo, materias primas, productos elaborados, o cualquier elemento de la empresa sin el permiso correspondiente, así como consumirlas dentro del mismo.

2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo el influjo de estupefacientes, narcóticos, drogas, enervantes o sustancias sicotrópicas o permanecer en tales condiciones en las instalaciones o dependencias de la empresa; consumir licor, estupefacientes, narcóticos, drogas enervantes o sustancias sicotrópicas en el trabajo; presentarse al trabajo con síntomas de haber ingerido licor, estupefacientes, narcóticos, drogas enervantes o sustancias sicotrópicas.

3. Conservar armas o explosivos de cualquier clase en el sitio de trabajo, a excepción de las que con autorización legal puedan llevar los celadores.

4. Llegar al puesto de trabajo después de la hora de iniciación del turno, sin causa justificada.
5. Faltar al trabajo sin justa causa de impedimento o sin permiso de la empresa, excepto en los casos de huelga, en los cuales, de todos modos, deben abandonar el lugar de trabajo.
6. Disminuir intencionalmente el ritmo de ejecución del trabajo, suspender labores, promover suspensiones intempestivas de trabajo o incitar a su declaración o mantenimiento, sea que participe o no de ellos, y en general suscitar, dirigir o colaborar en disturbios que perjudiquen el funcionamiento de la empresa
7. Hacer colectas, rifas y suscripciones o cualquier otra clase de propaganda en los lugares de trabajo, y utilizar las carteleras de la empresa para cualquier fin, sin autorización.
8. Realizar cualquier clase de juegos de suerte y azar.
9. Coartar la libertad para trabajar o no trabajar, para afiliarse o no a un sindicato, o para permanecer en él o retirarse.
10. Usar los útiles o herramientas suministrados por la empresa en objetos distintos del trabajo contratado.
11. Ejecutar cualquier acto que ponga en peligro su seguridad, la de sus compañeros de trabajo, la de sus superiores o la de terceras personas, o que amenace o perjudique las máquinas, elementos, edificios, talleres o salas de trabajo.
12. Suspender labores para conversar o tratar asuntos ajenos al trabajo y abandonar éste antes de la hora en que termina su jornada.
13. Negarse a laborar en el turno que en cualquier momento le asigne la empresa.
14. Discutir durante el trabajo o en las instalaciones de la empresa sobre cuestiones relacionadas con política o religión.
15. Promover altercados o reñir en cualquier forma en las instalaciones de la empresa.
16. Tomar parte en juegos de manos.
17. Vender o distribuir en cualquier forma mercancías, loterías, chance, jugar dinero u otros objetos en las instalaciones de la empresa.
18. Trasladarse de una sección a otra o a un puesto de trabajo distinto del que le corresponde, salvo permiso previo y expreso del respectivo superior en ambos casos.
19. Hacer préstamos en dinero entre los trabajadores de la empresa, con fines lucrativos para quien presta.
20. Dormir en el trabajo.
21. Reemplazar a otro trabajador en sus labores o cambiar de turno sin previa autorización.
22. Trabajar horas extras sin autorización de la empresa.
23. Incitar a otro u otros trabajadores para que desconozcan las órdenes impartidas por sus superiores o jefes inmediatos.
24. Realizar cualquier clase o tipo de reuniones en las instalaciones de la empresa, sin previa autorización de esta.
25. No dar aviso oportuno a la empresa en casos de faltas al trabajo, por cualquier causa.

26. Fumar dentro de las instalaciones de la empresa, excepto en las áreas específicamente designadas para ello.
27. Impedir la requisa personal o de los objetos que cargue el trabajador a la entrada y la salida de la empresa.
28. Negarse a mostrar o entregar el carnet o el documento de identificación cuando se le requiera, permitir que otro lo use o usar el de otro, o hacerle enmendaduras.
29. Mantener el sitio de trabajo y las máquinas o herramientas que tenga asignadas sucias o desordenadas.
30. Presentarse al trabajo desaseado, sucio, en condiciones no higiénicas o permanecer en él en idénticas condiciones.
31. No utilizar los elementos de seguridad y aseo que se le indiquen o suministren, de conformidad con el oficio que desempeñe.
32. Negarse a laborar tiempo extra en programas de emergencia.
33. Negarse a trabajar en labores conexas o complementarias a las de su oficio.
34. Cometer errores injustificados en el manejo de productos o elementos de trabajo que impliquen algún peligro.
35. Retirarse del sitio de trabajo antes de que se presente el trabajador que debe recibirle el turno, sin dar aviso a su superior.
36. Tomar alimentos en sitios de trabajo no autorizados
37. Desacatar los programas complementarios de salud ocupacional, Seguridad Industrial, establecidos por la empresa o la A.R.L.
38. Dar un uso indebido al Internet o a las licencias de software, o utilizarlos para fines diferentes al trabajo asignado.
39. Portar o conservar armas de cualquier clase dentro de las dependencias de la empresa o introducir materiales explosivos, sin autorización.
40. Utilizar el teléfono personal en horas laborales.

CAPÍTULO XVIII

ESCALA DE FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS

PROCEDIMIENTO PARA APLICAR SANCIONES

Artículo 57º: Se establecen las siguientes clases de faltas y correspondientes sanciones disciplinarias:

El incumplimiento o la infracción de las obligaciones contractuales o reglamentarias, o de las normas generales o especiales que se dicten por la empresa y de las que tratan los artículos 54, 63 y 65 de este reglamento, cuando dicho incumplimiento o infracción no cause perjuicio a la empresa, implica por la primera vez, suspensión en el trabajo hasta por ocho (8) días; de la segunda vez en adelante, suspensión hasta por quince (15) días.

Artículo 58º: En relación con las faltas y sanciones disciplinarias de que trata este capítulo, se deja claramente establecido:

1. La empresa no reconocerá ni pagará el salario correspondiente al tiempo dejado de trabajar por causa de cualquiera de tales faltas y de su correspondiente sanción.

Artículo 59º: En ningún caso podrá La empresa imponer a sus trabajadores sanciones no previstas en este reglamento o en el contrato individual de trabajo.

Artículo 60º: Antes de aplicar una sanción disciplinaria a un trabajador, la empresa debe dar oportunidad de ser oído al trabajador inculpado.

Artículo 61º: El régimen disciplinario no es de forzosa aplicación, y en ningún caso limita la facultad que tiene la empresa para dar por terminado el contrato de trabajo cuando lo estime conveniente, de acuerdo con la ley.

CAPÍTULO XIX

TERMINACIÓN DE LOS CONTRATOS DE TRABAJO

DESPIDOS CON O SIN JUSTA CAUSA

Artículo 62º: Son justas causas para dar por terminado unilateralmente el contrato de trabajo:

1. Por parte del empleador:

1.1 El haber sufrido engaño por parte del trabajador, mediante la presentación de certificados falsos para su admisión o tendientes a obtener un provecho indebido.

1.2 Todo acto de violencia, injuria, malos tratamientos o grave indisciplina en que incurra el trabajador en sus labores, contra el patrono, los miembros de su familia, el personal directivo o los compañeros de trabajo.

1.3 Todo acto grave de violencia, injuria o malos tratamientos en que incurra el trabajador fuera del servicio, en contra del patrono, de los miembros de su familia, o de sus representantes o socios, jefes de taller, vigilantes o celadores.

1.4 Todo daño material causado intencionalmente a los edificios, obras, maquinarias y materias primas, instrumentos y demás objetos relacionados con el trabajo y toda grave negligencia que ponga en peligro la seguridad de las personas o de las cosas.

1.5 Todo acto inmoral o delictuoso que el trabajador cometa en el establecimiento o lugar de trabajo, o en el desempeño de sus labores.

1.6 Todo acto inmoral, de comportamiento o delictuoso que afecte la imagen de la empresa ante los clientes o cualquier persona externa o que afecte al cliente mismo o sus instalaciones.

1.7 Cualquier violación grave de las obligaciones o prohibiciones especiales que incumben al trabajador, de acuerdo con los artículos 58 y 60 del Código Sustantivo del Trabajo, o cualquier falta grave calificada como tal en pactos o convenciones colectivas, fallos arbitrales, contratos individuales o reglamentos.

1.8 La detención preventiva del trabajador por más de treinta (30) días, a menos que posteriormente sea absuelto.

1.9 El que el trabajador revele los secretos técnicos o comerciales o dé a conocer asuntos de carácter reservado, con perjuicio para la empresa.

1.10 El deficiente rendimiento en el trabajo, en relación con la capacidad del trabajador y con el rendimiento promedio en labores análogas, cuando no se corrija en un plazo razonable, a pesar del requerimiento del patrono.

1.11 La sistemática inejecución, sin razones válidas, por parte del trabajador, de las obligaciones convencionales o legales.

1.12 Todo vicio del trabajador que perturbe la disciplina del establecimiento.

1.13 La renuencia sistemática del trabajador a aceptar las medidas preventivas, profilácticas o curativas, prescritas por el médico del patrono o por las autoridades para evitar enfermedades o accidentes.

1.14 La ineptitud del trabajador para realizar la labor encomendada.

1.15 El reconocimiento al trabajador de la pensión de jubilación o invalidez estando al servicio de la empresa.

1.16 La enfermedad contagiosa o crónica del trabajador, que no tenga carácter de profesional, así como cualquiera otra enfermedad o lesión que lo incapacite para el trabajo, cuya curación no haya sido posible durante ciento ochenta (180) días. El despido por esta causa no podrá efectuarse sino al vencimiento de dicho lapso y no exime al patrono de las prestaciones e indemnizaciones legales y convencionales derivadas de la enfermedad.

En los casos de los literales 1.10 a 1.16 de este artículo, para la terminación del contrato, el patrono deberá dar aviso al trabajador con anticipación no menor de quince (15) días.

Tienen igualmente el carácter de justas causas de terminación unilateral del contrato por parte del empleador, las estipuladas en los contratos individuales de trabajo o en el reglamento interno de trabajo, o en cualquiera otra reglamentación que dicte el empleador.

Para los efectos del artículo 7° del Decreto 2351 de 1965, se califican como graves las siguientes faltas, además de las que tengan ese carácter en forma general:

1. Hacer peligroso el lugar de trabajo por violación de las normas sobre seguridad e higiene; no someterse a los exámenes médicos o de salud prescritos por las autoridades, la empresa, la Entidad Promotora de salud (EPS); no usar los implementos destinados a la prevención de accidentes y protección personal, aún por la primera vez.

2. Fumar en las instalaciones de la empresa o en los lugares donde esté prohibido, aún por la primera vez.

3. Dormir en las instalaciones de la empresa durante el turno de trabajo, aún por la primera vez.

4. La no asistencia puntual al trabajo sin excusa suficiente, a juicio del empleador, por dos veces en un período de treinta (30) días calendario.

5. La reincidencia por dos o más veces por parte del trabajador en la violación leve de las obligaciones contractuales, legales o reglamentarias, aún por la primera vez.

6. Operar o usar máquinas, herramientas o equipos que no se le hayan asignado, aún por la primera vez.

7. Dañar las edificaciones, materiales, equipos, herramientas y otros elementos, pertenecientes a la empresa, intencionalmente o por descuido, aún por la primera vez.

8. El hecho que el trabajador abandonase el sitio de trabajo sin el permiso de sus superiores, aún por la primera vez.

9. Toda violación de las reglamentaciones prescritas o que se prescriban por la empresa para el uso de carteleras, útiles y elementos de trabajo y de protección o seguridad, elementos o instalaciones deportivas o similares, aún por la primera vez.

10. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo el influjo de estupefacientes, narcóticos, drogas, enervantes o sustancias sicotrópicas o permanecer en tales condiciones en las instalaciones o dependencias de la empresa; consumir licor, estupefacientes, narcóticos, drogas enervantes o sustancias sicotrópicas en el trabajo; presentarse al trabajo con síntomas de haber ingerido licor, estupefacientes, narcóticos, drogas enervantes o sustancias sicotrópicas, aún por la primera vez.

11. Negarse, sin justa causa, a cumplir órdenes del superior; agredirlo de palabra o de hecho o faltarle al respeto en cualquier otra forma, aún por la primera vez.

12. Atemorizar, coaccionar o intimidar a los compañeros de trabajo, dentro de las dependencias de la empresa, o faltarles al respeto con hechos o palabras insultantes, o mediante lenguaje no verbal, aún por la primera vez.
13. Toda otra falta grave que implique violación de las obligaciones o prohibiciones de los trabajadores o prescripciones de orden establecidas en la ley, reglamentos, convención colectiva, pacto o fallo arbitral, según el caso, aún por la primera vez.
14. Suscitar, dirigir o colaborar en disturbios que perjudiquen el funcionamiento de la empresa, aún por la primera vez.
15. Permitir que otro trabajador o un extraño use su carnet de identificación, o usar un carnet ajeno, o hacerle enmiendas, aún por la primera vez.
16. Contribuir en forma intencional o por descuido, a hacer peligroso el lugar de trabajo, aún por la primera vez.
17. Mantener desordenado o sucio el lugar de trabajo, aún por la primera vez.
18. Todo daño material causado por descuido a los edificios, obras, maquinaria, equipos, herramientas, materias primas, mercancías instrumentos y demás objetos relacionados con el trabajo, aún por la primera vez.
19. Todo descuido en el trabajo que afecte o pueda afectar la seguridad de las personas, de las máquinas, equipos, mercancías, elementos o instalaciones, aún por la primera vez.
20. Distribuir material escrito o impreso de cualquier clase dentro de las dependencias de la empresa, sin autorización, aún por la primera vez.
21. Hacer afirmaciones falsas sobre la empresa, su personal directivo, los trabajadores, o sobre sus productos y mercancías, aún por la primera vez.
22. Rehusarse a mostrar el carnet de identificación o negarse a entregarlo cuando sea solicitado por porteros, celadores o superiores, aún por la primera vez.
23. Exhibir o entregar documentos o facturas, libros, herramientas, equipos, etc., de la empresa sin autorización, aún por la primera vez.
24. Falsificar o adulterar documentos de la empresa o para ser utilizados contra ésta, aún por la primera vez.
25. Dejar herramientas, elementos o equipos en sitios distintos a los señalados para tal fin o entregarlos sin recibir las órdenes correspondientes, aún por la primera vez.
26. Consumir alimentos, en los sitios o secciones de trabajo, aún por la primera vez.
27. Leer durante las horas de trabajo asuntos diferentes a los propios y necesarios del oficio, aún por la primera vez.
28. La falta total al trabajo en la mañana o en la tarde, sin excusa suficiente a juicio de la empresa, aún por la primera vez.
29. La falta total al trabajo durante el día o en el turno correspondiente, sin excusa suficiente a juicio de la empresa, aún por la primera vez.
30. Negarse el trabajador a laborar tiempo extra cuando se requiera en programas de emergencia, aún por la primera vez.

31. Negarse a trabajar en labores que no sean físicamente inferiores a las de su clasificación, cuando no pueda realizar el oficio habitual, aún por la primera vez, siempre que se no se afecte la dignidad del trabajador, aún por la primera vez.
32. Retener en cualquier forma directa o indirectamente dineros entregados por los clientes como pago a la empresa, aún por la primera vez.
33. Desacatar los programas complementarios de salud ocupacional, seguridad industrial, establecidos por la empresa o la A.R.L, aún por la primera vez
34. Portar o conservar armas de cualquier clase dentro de las dependencias de la empresa introducir materiales explosivos, sin autorización, aún por la primera vez.
35. Dar un uso indebido al Internet o a las licencias de software, o utilizarlos para fines diferentes al trabajo asignado, aún por la primera vez.
36. Incurrir en conductas tipificadas como acoso laboral frente a otros trabajadores, aún por la primera vez.
37. Los actos de agresión física cometidos frente a otros trabajadores, independientemente de sus consecuencias, aún por la primera vez.
38. Las expresiones injuriosas o ultrajantes sobre la persona, efectuadas a compañeros de trabajo, jefes o personal de la empresa, con utilización de palabras soeces o con alusión a la raza, el género, el origen familiar o nacional, la preferencia política o el estatus social, aún por la primera vez.
39. La descalificación humillante de otros trabajadores y en presencia de los compañeros de trabajo de las propuestas u opiniones de trabajo, aún por la primera vez.
40. Las burlas sobre la apariencia física o la forma de vestir, de otros trabajadores formuladas en público, aún por la primera vez.
41. La alusión pública a hechos pertenecientes a la intimidad de la persona, aún por la primera vez.
42. El envío de anónimos, llamadas telefónicas y mensajes virtuales con contenido injurioso, ofensivo o intimidatorio o el sometimiento a una situación de aislamiento social, aún por la primera vez.
43. Utilizar celular u otro medio electrónico.

2. Por parte del trabajador:

- 2.1 El haber sufrido engaño por parte del empleador, respecto a las condiciones de trabajo.
- 2.2 Todo acto de violencia, malos tratamientos o amenazas graves inferidas por el empleador contra el trabajador o los miembros de su familia dentro o fuera del servicio, o inferidas dentro del servicio por los parientes, representantes o dependientes del empleador con el consentimiento o la tolerancia de éste.
- 2.3 Cualquier acto del empleador o de sus representantes que induzca al trabajador a cometer un acto ilícito o contrario a sus convicciones políticas o religiosas.
- 2.4 Todas las circunstancias que el trabajador no pueda prever al celebrar el contrato, y que pongan en peligro su seguridad o su salud, y que el empleador no se allane a modificarlas.
- 2.5 Todo perjuicio causado maliciosamente por el empleador al trabajador en la prestación del servicio.
- 2.6 El incumplimiento sistemático sin razones válidas por parte del empleador, de sus obligaciones contractuales o legales.

2.7 La exigencia del empleador, sin razones válidas, de la prestación de un servicio distinto, o en lugares diversos a aquél para el cual lo contrató; y

2.8 Cualquier violación grave de las obligaciones o prohibiciones que incumben al empleador, de acuerdo con los artículos 57 y 59 del Código Sustantivo del Trabajo, o cualquier falta grave calificada como tal en pactos o convenciones colectivas, fallos arbitrales, contratos individuales o reglamentos.

1.9. Los actos calificados por la ley como de acoso laboral

La parte que termina unilateralmente el contrato de trabajo debe manifestar a la otra, en el momento de la extinción, la causal o motivo de esa determinación. Posteriormente no pueden alegarse válidamente causales o motivos distintos.

Artículo 63º: En todo contrato de trabajo va envuelta la condición resolutoria por incumplimiento de lo pactado, con indemnización de perjuicios a cargo de la parte responsable. Esta indemnización comprende el lucro cesante y el daño emergente.

En caso de terminación unilateral del contrato de trabajo sin justa causa comprobada, por parte del empleador, o si éste da lugar a la terminación unilateral por parte del trabajador por alguna de las justas causas contempladas en la ley, el primero deberá pagar al segundo, por concepto de indemnización, tantos días de salario cuantos señale la Ley, para cada caso.

CAPÍTULO XX

RECLAMOS, PERSONAS ANTE QUIENES DEBEN

PRESENTARSE Y SU TRAMITACIÓN

Artículo 64º: El personal de la empresa deberá presentar sus reclamos ante su superior jerárquico, y si no fuere atendido por éste, o no se conformare con su decisión, podrá insistir en su reclamo ante quien tenga la inmediata jerarquía en orden ascendente, sobre la persona ante quien primero formuló el reclamo. Los reclamos serán resueltos dentro de un tiempo razonable, atendida su naturaleza.

Artículo 65º: Se deja claramente establecido que, para efectos de los reclamos a que se refiere el artículo anterior, el trabajador o trabajadores pueden asesorarse en los términos legales.

CAPÍTULO XXI

PROCEDIMIENTO EN CASO DE ACOSO LABORAL

Artículo 66º.

MECANISMOS DE PREVENCIÓN DE ACTOS DE ACOSO LABORAL EN LA EMPRESA:

La empresa en cumplimiento de lo ordenado por la Ley 1010 de 2006:

1. Agregar como parte del procedimiento de inducción al personal que ingrese a la empresa lo pertinente a los mecanismos de prevención y solución de casos de acoso laboral.
2. Utilizar los medios de comunicación con que cuenta el establecimiento para informar sobre todo lo relacionado con el respeto a la dignidad de la persona humana trabajadora.
3. Hacer uso de los planes de mejoramiento y de compromiso con aquellos trabajadores, jefes o directivos que por su estilo de relacionarse con los demás requieran apoyo para propiciar un mejor trato con sus subalternos, compañeros o superiores.

PROCEDIMIENTO PARA INVESTIGAR CONDUCTAS DE ACOSO LABORAL:

El trabajador que se considere víctima de acoso laboral, deberá comunicarlo a la persona responsable del área encargada de personal de la empresa, al superior jerárquico de ésta, si aquella está involucrada en el caso, quien le recibirá por escrito una declaración de los hechos. Esta diligencia tendrá carácter confidencial y sólo podrán intervenir terceras personas a petición del trabajador denunciante.

La empresa conformará un comité integrado por dos (2) personas, empleadas de la misma, una de las cuales representará a los trabajadores y la otra a la empresa, quienes para casos especiales podrán convocar a un tercero. El comité será designado por la empresa una vez sea aprobada la presente reforma del Reglamento.

El Comité evaluará la denuncia y citará a la persona o personas que supuestamente han incurrido en conductas consideradas como acoso laboral y escuchará la versión y explicación que sobre las mismas den.

De establecerse que se ha incurrido en conductas consideradas como acoso laboral, se procederá a requerir a la persona o personas que las ejecutaron para que modifique su comportamiento y se establecerán revisiones periódicas de su comportamiento y la relación entre las partes involucradas. Lo anterior, sin perjuicio a la actuación disciplinaria o de finalización del contrato de trabajo a que haya lugar.

De persistir las conductas de acoso laboral, el Comité informará a la empresa para que tome las medidas pertinentes frente al o los causantes de la conducta.

CAPÍTULO XXII

PUBLICACIÓN Y VIGENCIA DEL REGLAMENTO

Artículo 67º: El empleador debe publicarlo mediante la fijación de dos copias de caracteres legibles, en dos sitios distintos. Si hubiere varios lugares de trabajo separados, la fijación debe hacerse en cada uno de ellos.

El presente reglamento entrará a regir a los quince (15) días después de su publicación, hecha en la forma prevista en el artículo anterior.

Artículo 68º: Desde la fecha en que entre en vigor el presente reglamento, se considerará como único vigente para la empresa y sus trabajadores.

Toda disposición legal, así como todo contrato individual, pacto, convención colectiva, o fallo arbitral vigente al empezar a regir el presente reglamento, o que adquieran vigencia con posterioridad a él, sustituyen de hecho las disposiciones de dicho reglamento.

DAYANA MILENA GENEYS BLANQUICETT

Representante Legal.

Se expide el 28 de septiembre de 2018, en el municipio de Montelíbano, Córdoba.